

ion de la riva

DIRECTOR GENERAL DE CASA ASIA

“Nuestro lema es informar,
formar y transformar”

especial
china, el gigante asiático

sumario



Consell General de Cambres
de Catalunya

www.cambrescat.es

Cambra de Comerç de Barcelona
Av. Diagonal, 452 - 454
08006 Barcelona
Tel: 902 448 448
Fax: 934 169 400
E-mail:
ecollvinent@mail.cambrabcn.es
www.cambrabcn.es

Cambra de Comerç de Girona
Av. Jaume I, 46
17001 Girona
Tel: 972 418 500
Fax: 972 418 501
E-mail: ccgpe@cambrescat.es
www.cambragi

Cambra de Comerç de Lleida
Anselm Clavé N° 2
25007 Lleida
Tel: 973 236 161
Fax: 973 247 467
E-mail: jpanades@cambrescat.es
www.cambralleida.com

Cambra de Comerç de Manresa
Plaça Pedregar, 1
08240 Manresa
Tel: 938 724 222
Fax: 938 727 766
E-mail: jferrer@cambrescat.es
www.cambramanresa.com

Cambra de Comerç de Palamós
Plaça de la Murada, 1
17230 Palamós
Tel: 972 314 077
Fax: 972 318 810
E-mail: palamos@cambrescat.es
www.cambrescat.es/palamos

Cambra de Comerç de Reus
Boule, 2
43201 Reus
Tel: 977 338 080
Fax: 977 338 016
E-mail: smasip@cambrescat.es
www.cambrescat.es/reus

Cambra de Comerç de Sabadell
Alfonso XIII, 45
08202 Sabadell
Tel: 937 451 255
Fax: 937 451 256
E-mail: general@cambrasabadell.org
www.cambrasabadell.org

Cambra de Comerç de Sant Feliu de Guíxols
Passeig de Mar, 40
17220 Sant Feliu de Guíxols
Tel: 972 320 884
Fax: 970 325 450
E-mail: stfeliu@cambrescat.es
www.cambrescat.es/stfeliu

Cambra de Comerç de Tarragona
Av. Pau Casals, 17
43003 Tarragona
Tel: 977 219 676
Fax: 977 240 900
E-mail: rbaros@cambrescat.es
www.cambratgn.es

Cambra de Comerç de Tàrraga
Plaça Major, 4
25300 Tàrraga
Tel: 973 314 327
Fax: 973 314 355
E-mail: tarrega@cambrescat.es
www.cambratarrega.com

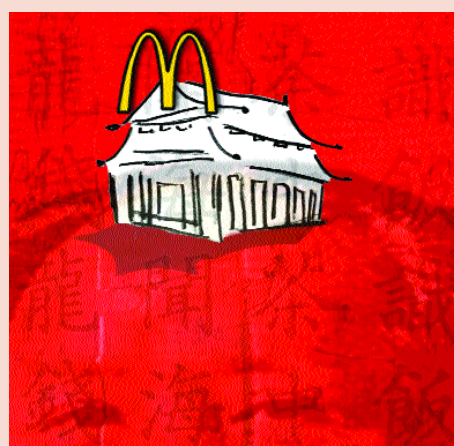
Cambra de Comerç de Terrassa
Blasco de Garay, 29-49
08224 Terrassa
Tel: 937 339 833
Fax: 937 891 165
E-mail: terrassa@cambrescat.es
www.cambraterrassa.es

Cambra de Comerç de Tortosa
Cervantes, 7
43500 Tortosa
Tel: 977 441 537
Fax: 977 444 370
E-mail: pbellaubi@cambrescat.es
www.cambratortosa.com

Cambra de Comerç de Valls
Jacint Verdaguer, 1
43800 Valls
Tel: 977 600 909
Fax: 977 606 456
E-mail: valls@cambrescat.es
www.cambrescat.es/valls

06 Ion de la Riba,
director general de Casa Asia:
"Nuestro lema es informar,
formar y transformar"

10 China, el país del capitalismo rojo



16 La exportación vallesana va a más

18 Cómo evitar impagos
en el comercio exterior

23 Oportunidades comerciales

24 Licitaciones internacionales

hacia una recuperación progresiva pero nada espectacular



Pere Puig i Bastard
profesor-catedrático de ESADE/URL

Irak y a los efectos de la caída persistente de cotizaciones bursátiles provocada por una liquidación, aún hoy no concluida, de la gran burbuja especulativa internacional.

A partir del pasado mes de diciembre, la depreciación del dólar se ha presentado, asimismo, como un hecho a tener muy en cuenta. Es reflejo, según nos indica el FMI, tanto de la preocupación internacional causada por los riesgos derivados de la arriesgada estrategia geopolítica y bélica norteamericana, como del elevado y creciente endeudamiento exterior del conjunto de su economía.

Desde que la OCDE publicó su informe de noviembre de 2002, hace ahora exactamente seis meses, el crecimiento de los países de la OCDE ha mostrado resultados más bien de- salentadores. La recuperación en EEUU se muestra hoy todavía frágil, mientras las economías de la zona euro presentan una evolución aún más modesta.

Después de diversas revisiones a la baja, la OCDE ha acabado estableciendo las siguientes previsiones para 2003: un crecimiento del 1,9 % para el conjunto de sus países miembros, un 2,5 % para EEUU y tan sólo un 1 % para la zona euro (con una revisión del orden de 8 décimas en esta última área, la más importante, con respecto a las cifras que había augurado seis meses antes). En la caída de las previsiones de la OCDE para la zona euro tiene mucho que ver, sin duda, la debilidad de la economía alemana, cuyo crecimiento se limitará, según parece, al 0,3 % en 2003. Para el 2004 se establecen unas previsiones de crecimiento del 3 % para el conjunto de la OCDE, de un 4 % para EEUU y de tan sólo un 2,4 % para la zona euro.

La OCDE, en el mes de abril de 2003, se atreve a establecer, no obstante, como el escenario más probable, el de una recu-

peración progresiva, aunque nada espectacular, del conjunto de la economía mundial. Muchos obstáculos subyacen todavía en el camino hacia una recuperación mundial sostenida, a pesar de haberse producido un cambio esperanzador con la finalización relativamente rápida de una guerra, quizá menos difícil de lo esperado, en Irak.

Frente a las perspectivas de una esperada recuperación de la economía mundial, siguen preocupando algunas tendencias. Entre ellas: a) La finalización del proceso todavía no resuelto de ajuste de la pasada burbuja financiera y del consiguiente proceso de recuperación del valor normal de las cotizaciones bursátiles. b) El riesgo emergente derivado de la nueva burbuja de precios en el sector de la vivienda residencial en ciertos países del mundo (particularmente, aunque no sólo, en EEUU y en el Reino Unido). c) La peligrosa situación de desequilibrio macroeconómico que está afectando a una serie de economías avanzadas (como es el caso de EEUU). d) La importante debilidad estructural de algunas de las grandes economías; es el caso de Japón y, especialmente, de Alemania. La incertidumbre de tipo geoestratégico, que sin duda aún persiste, en la medida que no

Muchos obstáculos subyacen todavía en el camino hacia una recuperación mundial sostenida, a pesar de haberse producido un cambio esperanzador con la finalización relativamente rápida de una guerra, quizá menos difícil de lo esperado, en Irak

parece ni mucho menos asegurada todavía la futura estabilidad política de Irak ni del conjunto de su región.

Uno de los factores que, en el plano económico, puede introducir nuevos elementos de incertidumbre y riesgos adicionales de deterioro, es el dispar comportamiento que se observa, hoy por hoy, entre las políticas fiscales y monetarias

aplicadas por los grandes países que integran el G-7 de las naciones industrializadas. A un lado se encuentran las políticas francamente expansivas que vienen aplicando EEUU, Reino Unido y Canadá; y de otro lado, las estrategias macroeconómicas más conservadoras aplicadas por los países de la zona euro.

Es inimaginable que un proceso de recuperación de la economía mundial pueda estar basado en "la prodigalidad" de las políticas de los países anglosajones. Una recuperación basada en una situación tan profundamente desequilibrada podría acabar explotando. Desembocaría seguramente en un colapso de la estabilidad de los tipos de cambio y en una alteración grave de los flujos de inversión y de comercio. Como otras veces se ha dicho, pero esta vez de una forma más enérgica y directa, y como nos indican también la OCDE y el FMI, hay que abogar en favor de una coordinación internacional efectiva de las políticas fiscales y monetarias, en especial entre Europa y EEUU.

Edición:

Consell General de Cambres
de Catalunya

Solicitado el control OJD

Director:
Redactor jefe:
Redacción y producción:
Colaboradores:
Fotografía e ilustración:
Supervisión lingüística:
Realiza
Información y suscripciones:
Diseño e impresión:
Publicidad:
Depósito Legal:

Josep-Francesc Valls
Pelayo Corella
Susan Ruiz, Sira Abenoza
Maribel Tejada, Maria Targa, Judit Permanyer
José Luis Carrasco y Daniel Hugo Agostini
Francesc X. Navarro
Media Europa, S.L.

Media Europa, S.L. Tel. 93 284 89 11 / Fax 93 284 81 92 / informatiu@cambrescat.es
Gráficas 94, SL
Bitmap, S.L. Noemí Benito. Tel. 93 459 33 30
2277-1972

Noticiari de Comerç Exterior no comparte necesariamente la opinión de los colaboradores.

la generalitat presenta la *anella internacional*

La Generalitat de Catalunya, a través del Consorcio de la Promoción Comercial de Catalunya (COPCA), acaba de crear la *Anella internacional*, punto de encuentro de la internacionalización en Catalunya. La *Anella* es la nueva herramienta de gestión global al servicio de los agentes de la internacionalización. Gracias a la misma, empresas, asociaciones, operadores, instituciones y el propio COPCA, podrán comunicarse permanentemente y gestionar procesos de forma conjunta. Esta red de internacionalización de Catalunya, la *Anella internacional*, se relacionará también con otras redes ya existentes por todo el mundo. De este modo, los importadores y distribuidores internacionales tendrán fácil acceso al sector empresarial catalán.

La *Anella* utilizará básicamente tres vías de información a la empresa. El Infoexport, buscador de información analizada, comentada y estructurada por países. La Agenda de la internacionalización en Catalunya, donde se indicarán todos los eventos que vayan a celebrarse con relación a la internacionalización. Y, por último, un acuerdo con Europa Press permitirá informar a los empresarios sobre la actualidad internacional. El grupo mediático hará una selección de las noticias más destacadas en el mundo y que puedan afectar al comercio entre países.

La presencia de 37 centros de promoción de negocios del COPCA alrededor del mundo es uno de los puntos más importantes del proyecto. Cada centro servirá como referente

la subcontratación industrial representa alrededor del 12 % de la producción industrial española

Según se desprende de un estudio elaborado por las Bolsas de Subcontratación españolas y coordinado por el Consejo Superior de Cámaras y la Fundación Incyde, el 12 % de la producción industrial en España se hace a través de la subcontratación. El 85 % de esta producción es para la Unión Europea, principalmente Francia y Alemania.

Más de 19.000 pymes españolas están subcontratadas por otras empresas compradoras de todo el mundo. Éstas fabrican parte de sus productos o procesos productivos para incorporarlos luego al producto final. La subcontratación industrial representa una cifra de ventas de 40.000 MEUR y da trabajo

la neumonía asiática y la guerra de irak frenan el aumento del comercio mundial

La extensión de la neumonía asiática, las incertidumbres abiertas por la guerra en Irak y la persistente debilidad económica mundial, auguran un futuro oscuro para el comercio.

El crecimiento de intercambios, que se situó en un 6,7 % durante los noventa, llegará con suerte a un 2-3 % en el pre-

de Catalunya en el exterior, desarrollando la capacidad de interacción con los agentes de los distintos países. Teniendo en cuenta que un factor clave en el proceso de internacionalización es identificar a tiempo las oportunidades comerciales, el COPCA quiere impulsar una cultura de colaboración que permita a todo agente acceder a la información que desee. Para ello, el COPCA ha puesto al servicio de los interesados comunidades como el Club NEI o el chat de becarios.

Dentro de los servicios ofrecidos a través de Internet, existe también la posibilidad de solicitar los incentivos a la internacionalización de modo virtual y hacer el seguimiento de la situación de los trámites y su resolución en tiempo real. Por otro lado, el próximo año se espera tener en marcha el aula virtual de formación en comercio internacional.



carta abierta el papel de las cámaras



Marcel·lí Morera Figuerola
Presidente de la Cámara de
Comercio e Industria de Valls

Las Cámaras de Comercio e Industria catalanas constituyen, junto con sus delegaciones, una equilibrada red repartida por todo el país, al servicio de la industria, el comercio, los servicios... lógicamente con más presencia donde hay mayor volumen de actividad económica, y vienen ayudando de una manera decisiva a la internacionalización de nuestras empresas, al incremento de las exportaciones, a la apertura de nuevos mercados, a la formación empresarial y al lanzamiento de nuevos exportadores, a la presencia en ferias y misiones comerciales...

Las Cámaras, con una actividad más o menos discreta, pero constante y eficaz, vienen forjando y potenciando un tejido industrial exportador que hay que reconocer, alentando muchas veces a las empresas a que hay que lanzarse al mercado exportador o bien que hace falta aumentar el volumen de las exportaciones.

Las Cámaras, desde las más grandes a las más pequeñas, vienen luchando por esta premisa, y es de destacar lo que se ha logrado en este sentido. Sólo hace falta constatar que en una Cámara pequeña como la de Valls, el volumen de exportaciones durante 2002 ha sido de 673 MEUR (alrededor de 122.000 MPTA). Ello con un total de un millar de exportaciones a países de fuera de la Unión Europea (que son a los que más se exporta), con un incremento del 15 % de exportaciones respecto de 2001. Y cabe tener en cuenta que en 1993 fue de 30.000 MPTA, aumentando 4 veces la cifra de exportación en 10 años.

Muchas empresas de la demarcación de la Cámara de Valls, poco a poco, y con muchos esfuerzos, han entrado en una vocación plenamente exportadora. Y además del conjunto de todos los países

de la Unión Europea, regularmente se exporta a otros 71 países del resto del mundo. Un centenar de empresas industriales del Alt Camp se han consolidado en el mercado de la exportación. En parte, esta apertura y sólidos incrementos se debe a las Cámaras, con todos los servicios al alcance de las empresas.

La Cámara de Valls anualmente reconoce este esfuerzo exportador mediante tres premios al fomento de la exportación: apertura de nuevos mercados, a la actividad exportadora más antigua y duradera, y al incremento de la cifra de exportación. Este año la entrega de premios se celebrará el 31 de mayo.

La Cámara, para incentivar las exportaciones, a lo largo de los años viene organizando misiones comerciales, participación en ferias, programa NEX, grupos de exportadores... a fin de ayudar a la proyección internacional de las empresas. Las Cámaras desde hace muchos decenios constituyen una pieza clave en la promoción de las exportaciones de la empresa catalana, y están preparadas para incentivar mucho más la proyección internacional en el futuro.

décima lección:

la dimensión de lo tecnológico

Te miraban por encima del hombro con aire de superioridad; qué digo, superioridad, te perdonaban la vida. Quien no era "punto.com", no estaba creando una nueva o giraba en torno a alguna no tenía futuro en el mercado. Ellas eran el presente y el futuro. Lo eran todo. Y como no se produjo el milagro de los panes y los peces, pocos meses después, llegaron las quiebras y las suspensiones de pagos en cadena y quien más quien menos salió trasquilado, millones de euros mal invertidos, a la basura.

Hoy las que sobrevivieron y las que tímidamente asoman al mercado actúan sin ese aire de autosuficiencia que las caracterizó hace muy poco tiempo, porque en menos de 48 meses se ha producido la ascensión, caída a los infiernos y asomo de la cabeza.

Sin aquellas locas expectativas de suprimir de un plumazo todo lo que no era tecnológico y trasladarnos con armas y bagajes a la red, contemplamos ahora cómo los canales tecnológicos amplían la longitud y el ámbito de los tradicionales o los desplazan parcialmente; y cómo las empresas empiezan a desperzarse a la busca de soluciones logísticas que lo tecnológico, lo virtual, exige. De este modo, con mucha más humildad, lo tecnológico ha tomado su verdadera dimensión y se ha buscado un lugar bajo el sol, al servicio de la innovación y de la mejor eficiencia de las empresas. Ni más. Ni menos.

Josep-Francesc Valls

Ion de la Riva, director general de Casa Asia

“tenemos por objetivo transformar las relaciones con asia”

Este diplomático de 43 años, nacido en Caracas, tiene una dilatada carrera profesional al servicio de la política exterior española. Además de estar involucrado en el proyecto de Casa América, su especialización en la cooperación regional asiática le convenció de la necesidad de crear una institución que facilitase el conocimiento de Asia en nuestro país.

¿Cómo y cuándo surgió la idea de fundar Casa Asia?

Es una historia de intereses entrecruzados. Por un lado, la línea oficial, encabezada por el Ayuntamiento de Barcelona, la Generalitat y el propio Estado. Sin ir más lejos, el Ayuntamiento está hermanado con importantes ciudades asiáticas, como son Shanghai, Musán y Kobe. Por su parte, la Generalitat siempre ha cuidado la relación con Asia y el *president* Pujol ha viajado a muchos de estos países. Por el lado empresarial, desde la Cámara de Barcelona, como también desde el Puerto de Barcelona, siempre ha habido un especial interés. El empujón final vino de Exteriores, después de los años en los que América Latina había sido una prioridad, empezaron a ver claro que no había que perder la oportunidad de participar en el gran crecimiento económico del planeta, que es el de Asia. Así surgió una iniciativa, el Plan Asia-Pacífico, una reunión de embajadores españoles de toda esa área que se celebró en Manila, en el año 2000, presidida por el propio presidente del Gobierno, y en la que se decidió dar un empujón a las relaciones hispano-asiáticas. Los ministerios de Economía y Exteriores acordaron trabajar conjuntamente para desarrollar una serie de medidas. En paralelo, había una serie de intelectuales muy interesados en promover Asia desde el punto de vista académico y cultural. De ahí sale Casa Asia. Una feliz coincidencia que demuestra algo importante, que cuando el objetivo es interesante, diferentes

administraciones con colores políticos distintos son capaces de ponerse de acuerdo.

Por cierto, usted hablaba antes del Plan Asia-Pacífico.

¿Qué valoración le merece? Se ha cumplido en muchos casos. Es más, hay aspectos que no estaban previstos y se han acometido. Un buen ejemplo es la creación de Casa Asia y de

“El primer problema que se le plantea a una empresa española es «¿cómo voy a Asia?» Si no se cuenta con el personal adecuado es complicadísimo”

becas en colaboración con el Instituto de Crédito Oficial, que se pondrán en marcha este mismo año. En otros aspectos está infracumplido. No lo puedo ocultar. Por ejemplo, se hablaba de abrir una embajada en Singapur y no lo hemos conseguido. Y es éste un asunto importante a resolver ya. España no tiene embajada en Singapur ni consulado en Bombay, otra zona con un enorme crecimiento, como tampoco en Wellington, Nueva Zelanda. Donde sí ha habido un avance es en las visitas de autoridades políticas y económicas y, en ese sentido, puedo decir alto y claro que Casa Asia desarrolla una labor de pivote entre ICEX,

COPCA, Cámaras y otros organismos. Como resumen le diría que, en general, se ha cumplido en una dimensión intangible, que es que psicológicamente este país se ha enterado de repente que tiene una asignatura pendiente con Asia. Y eso, para mí, vale más que otras acciones que se hayan podido llevar a cabo.

¿Podemos decir, pues, que el objetivo de Casa Asia es repetir el papel desempeñado por Casa América en Madrid?

No. Es cierto que la carcasa es la misma: el nombre y un acuerdo institucional a varias bandas. Pero ahí se acaban las coincidencias. En el caso de Casa América, tú ya tienes una idiosincrasia y una lengua en común, unas afinidades culturales muy grandes que permiten que, por ejemplo, los premios Cervantes sean peruanos o colombianos... En el que no hay que poner un especial empeño en el área educativa o cultural. Por lo que se refiere a los negocios, ya se sabe, allí están instaladas las grandes multinacionales españolas. Hasta el punto de que cuando surgió el tema del “corralito” argentino, era poco menos que un asunto interno español, por los intereses y las repercusiones directas en las empresas de nuestro país. En el caso de Asia, te encuentras un panorama completamente distinto. Hasta la fecha, no teníamos unos estudios asiáticos, que son los que se han creado ahora en colaboración con la UOC. Cualquier joven que quisiese estudiar sobre Asia tenía que irse, con suerte, a París, Londres o Estados Unidos. No existe la afinidad cultural



del caso latinoamericano. De ahí que hayamos puesto en marcha un Festival Asia con carácter anual en Madrid y Barcelona para dar a conocer todo ese fascinante mundo. Y luego, en el tema económico, las cifras eran irrisorias. Había algunas empresas pioneras, como ALSA, Agrolimen o Chupa Chups que se habían adentrado en esos mercados, pero lo hicieron sin traductores ni expertos en esos mercados.

Desde el punto de vista empresarial, ¿cuáles son sus principales objetivos?

Tenemos un lema interno en el equipo, que es “informar, formar y transformar”. El objetivo último es transformar las relaciones con Asia. Y en el aspecto económico, alcanzar cifras equivalentes a las de Italia. Tenemos que analizar qué hizo Italia, que, sin tener una gran tradición asiática, si exceptuamos la ruta de la Seda y Marco Polo, ha hecho un importante esfuerzo para estar presente y tiene unas cifras de negocio bastante superiores a las nuestras. Casa Asia también se ha propuesto informar. Para conseguirlo,

tenemos un plan de conferencias y cursos por todo el territorio español. A algunas de esas conferencias queremos invitar a ministros de Comercio de países asiáticos, para que se reúnan a puerta cerrada con empresarios españoles. En cuanto a formación, queremos despertar el interés por Asia y promocionar desde titulaciones universitarias como la licenciatura de estudios asiáticos con la UOC a cursos de posgrado con diferentes escuelas de negocios.

¿Cuáles son los principales handicaps para el empresario español a la hora de estar presente en aquellos mercados?

Hay varios. Uno de ellos, el desconocimiento que existe de esos países. No tenemos expertos como en países como Gran Bretaña, donde desde las universidades han enseñado los protocolos de actuación, los idiomas y otros aspectos importantísimos para la actividad comercial. Todo esto, no existe en nuestro país. Con lo cual, el primer problema que se le plantea, a una empresa española, es “cómo voy”. Si no

se cuenta con el personal adecuado es complicadísimo. Luego también es verdad que el esfuerzo empresarial que se ha realizado ha sido bastante limitado. No tenemos una cultura empresarial de trabajar con planes estratégicos a medio o largo plazo. Los mercados asiáticos, en muchos casos, son mercados lentos. El desarrollo de cualquier proyecto suele dilatarse hasta dos años y ése es un esfuerzo que muchas empresas no han estado dispuestas a asumir. No basta sólo con ir al país, hacer un viaje de prospección, como hacen muchas empresas, hay que tener un proyecto estratégico, yo diría que como mínimo a dos o tres años. Con varios viajes, con financiación y personal adecuado. Esto es algo que están haciendo empresas de otros países y que aquí no ha habido tradición ni en muchos casos predisposición a realizar.

¿Existe un denominador común o son mercados muy diferentes entre sí?

No existe ningún denominador común, salvo que todos ellos llevan el nombre de “asiático”, aunque algunos hasta eso discuten, como los japoneses, que no se ven tan asiáticos. Nosotros hablamos de cinco Asias: Extremo

“En estas regiones, el desarrollo de cualquier proyecto suele dilatarse hasta dos años y ése es un esfuerzo que muchas empresas no han estado dispuestas a asumir”

Oriente; Sudeste asiático, que tiene con la ASEAN, su propia dinámica; lo que sería Asia Meridional, sobre todo India, Sri Lanka y Pakistán; Asia Central, con Irán como plato fuerte acompañado de las repúblicas ex soviéticas... Por lo tanto, entre todos ellos es muy difícil encontrar un común denominador. A pesar de que históricamente sí lo hubo: el comercio con el Mediterráneo a través de la Ruta de la Seda o por el otro lado, desde Japón y China, por el Galeón de Manila, hasta México y España. Así, el comercio ha sido el vínculo más importante en toda esta zona. De hecho, a día de hoy, esos vínculos están más presentes que

nunca: a través del tráfico de mercancías o de las necesidades energéticas, como el petróleo. Sí es cierto que empieza a haber un orgullo asiático. Que es un aspecto muy interesante. Con los ejemplos de desarrollo económico que ha habido en Asia..., acuértese lo que se decía de Brasil, que era el país del futuro, lo mismo que Argentina. Durante los cincuenta, la CEPAL vendió eso al mundo. En esos mismos años, Singapur no era más que un villorrio con palmeras olvidado en el estrecho de Malaca. El rápido de-

características más comúnmente compartidas por la mayoría de asiáticos. **¿Qué países cree usted que son los imprescindibles a la hora de abarcar aquella zona? ¿Por qué?** Hay algunos que deberían ser y que no son y otros que, a lo mejor, no deberían de ser y son. Por ejemplo, dentro de la retórica de la política española se habló de Filipinas, incluso como una gran plataforma para toda Asia, y entiendo que hay otros países mucho más interesantes. India está empezando a funcionar, China es centro de atrac-



desarrollo de estos tigres y dragones y demás fauna en los últimos tiempos le ha hecho, al asiático en general, sentir un cierto orgullo que se comparte desde Japón hasta India. De pronto un orgullo, un sentimiento de que lo asiático ha superado las barreras del colonialismo, que es competitivo con el mundo occidental y que ha sabido salvaguardar sus tradiciones milenarias. Eso y el comercio diría que son las dos

características más comúnmente compartidas por la mayoría de asiáticos. **¿Qué países cree usted que son los imprescindibles a la hora de abarcar aquella zona? ¿Por qué?** Hay algunos que deberían ser y que no son y otros que, a lo mejor, no deberían de ser y son. Por ejemplo, dentro de la retórica de la política española se habló de Filipinas, incluso como una gran plataforma para toda Asia, y entiendo que hay otros países mucho más interesantes. India está empezando a funcionar, China es centro de atrac-

también debemos potenciar las inversiones asiáticas en nuestro país. Es cierto que la ampliación de la UE desviaría muchas de ellas a países como Polonia, Hungría..., pero España, y en particular Barcelona, podrían apostar por el diseño y la innovación, como ya han hecho Sony o algunas empresas automovilísticas, que han instalado aquí sus centros de diseño para los productos europeos, que requiere de modelos diferentes a los que se venden en Asia, por los diferentes gustos y exigencias del consumidor.

¿Cree que las alarmantes noticias que llegan sobre la neumonía pueden paralizar, si no lo han hecho ya, más de un proyecto en aquella región? Sin duda, por lo menos hasta que el panorama no esté más claro. Recor-

Neumonía: "Me parece escandaloso que no se estén produciendo controles mucho más rigurosos en los aeropuertos"

darán la recomendación de la OMC de no viajar a Toronto y Pekín. Las escuelas están cerradas en Pekín, las consecuencias económicas en Hong Kong empiezan a ser visibles. Si el empresario no va ni tan siquiera a los viajes de prospección... Lo que sí es cierto es que lo que empezó siendo una neumonía asiática se ha convertido en una epidemia global. Querámoslo o no. Sí, ya se ha identificado el virus, pero es que éste viaja rápidamente. Es una desgracia. Aquí tenemos visitas constantes de asiáticos, y el otro día estuve hablando con varios médicos especialistas, ya que somos población de riesgo, y lo que me dijeron es que me preocupara porque este asunto no va a ser fácil de liquidar. Por suerte, el índice de mortalidad no es muy alto, pero en cambio es muy fácil contagiarse. Lo que me parece escandaloso es que no se estén produciendo controles mucho más rigurosos en los aeropuertos, máxime cuando aquí, en Barcelona, ya estuvo una persona infectada.

Pelayo Corella
Sira Abenoza

premios camerales a la internacionalización

Las Cámaras de Comercio de Lleida y Manresa entregaron recientemente los premios a las empresas de su demarcación que más han destacado durante el último año en su actividad exportadora.

En Lleida, la empresa premiada fue Biovert S.A., dedicada a la fabricación de fertilizantes líquidos y correctores de carencias del terreno, una de las primeras compañías catalanas participantes en el programa NEX-PIPE. Gracias al mismo, actualmente, casi la mitad de su facturación depende de la exportación y acaba de abrir una filial comercial en Maruecos. Por su lado, la Cámara de Manresa concedió dos premios a empresas exportadoras. El Premio a la Internacionalización fue para FUPICSA, Fustes del Pririneu Català S.A., que desde hace 4 años cuenta con una planta de producción en Rumanía. El Premio a la Tradición Exportadora se lo llevó Autopulit, Maquinaria para el Pulido Automático, que desde su creación, en 1963, ha actuado en mercados internacionales.

españa sólo aporta el 1,1 % de la inversión total en los países de la ampliación

El número anterior hablábamos largo y tendido sobre la oportunidad que suponen los PECO. Pues bien, según publicaba recientemente el diario económico *Cinco Días*, la inversión española en los once países de la ampliación no supera el 1,1 % del total de la inversión exterior que ha recibido esta zona durante los últimos diez años. Con lo que queda claro que nuestro país aún no ha invertido una tendencia que parece lógica después de la apuesta latinoamericana. La conclusión de los expertos es evidente: hay margen para aumentar esa inversión, pero hay que hacerlo ya. Aunque el contexto de la economía mundial, y europea en

jornada informativa sobre croacia dedicada al sector turístico

La Cámara de Comercio de Girona acogió, el pasado mes de abril, una jornada informativa titulada *Croacia: competidor o socio?*, con el fin de dar a conocer las oportunidades de negocio que supone ese país para el sector turístico.

En la jornada se habló sobre la coyuntura económica del país, que según muchos indicadores se sitúa en un nivel de desarrollo parecido al de España en los setenta. El turismo significa un 14,5 % de su PIB y es un sector con muchas posibilidades. Sus principales clientes son alemanes e italianos. Por otro lado, el Gobierno croata está dando facilidades a empresas extranjeras para que realicen inversiones en su país, incluso en infraestructuras. Las ayudas y los precios de algunos hoteles y solares en venta, tal y como se explicó en la jornada, suponen una buena oportunidad de negocio para los inversores españoles.

vichy catalán multiplica por seis sus ventas a EEUU

Tal y como se apuntó en la edición precedente del *Noticiari*, el consumo está empezando a ser también una cuestión política. Según Olé Olé Foods, el importador de Vichy Catalán en EEUU, la compañía ha aumentado sus ventas en un 500 % gracias al apoyo que el Gobierno español prestó a George Bush durante el conflicto con Irak. El boicot espontáneo de los ciudadanos americanos contra los productos franceses ha hecho que, en lugar de beber Evian o Perrier, los norteamericanos pidan cada vez más Vichy Catalán. "Diariamente recibo peticiones de información desde todos los puntos del país", dice Joan B. Renart, director de Olé Olé Foods; "con Vichy Catalán teníamos una presencia muy elitista, pero la crisis de Irak acelerará nuestro proceso de crecimiento y ampliará nuestra base de clientes".

particular, no ayuda, ya que, tal y como se podía leer en la noticia publicada por el diario madrileño, se aprecia una tendencia decreciente.

De hecho, la inversión bruta española en Europa del Este ascendió a 224,99 MEUR en 2001, un 82,3 % menos que en 2000. Polonia es el principal cliente de España entre los países que entrarán en la UE el próximo año, con unas ventas que ascendieron a 1.281 MEUR el año pasado. Para poner remedio a esta situación, el secretario de Estado de Comercio, Juan Costa, ya anunció a finales de enero un programa de medidas de apoyo financiero al comercio y a la inversión en los países candidatos a la UE para incrementar la presencia española en la zona, intentando acercarla a la inversión media de los países de la UE, que supone un 15 % del total.



el país del capitalismo rojo

Mientras en Occidente las autoridades competentes se muestran aliviadas cuando las estadísticas revelan crecimientos superiores, en unas pocas décimas, a las previsiones oficiales, o su desilusión por no haber alcanzado los ya de por sí raquíticos objetivos de crecimiento, China sigue a su ritmo. Que no es tan frenético como a principios de los noventa, pero sí sostenido.

Aun así, a día de hoy, se vislumbran algunos nubarrones. La aparición de la epidemia producida por el síndrome respiratorio agudo severo (SARS, en sus siglas en inglés), comúnmente conocida por neumonía asiática, ha puesto en alerta a los dirigentes chinos. Frente al oscurantismo de los primeros meses, las autoridades han decidido finalmente actuar con determinación y han tomado algunas medidas ciertamente contundentes, como poner en

cuarentena a miles de personas.

En juego está la credibilidad de un país que ha entrado por la puerta grande en la OMC y que empieza a ser la fábrica del mundo. China necesita que, mientras se capea este temporal, las empresas extranjeras no desvíen su mirada, su interés y sus inversiones de este gigante, que precisa de las inversiones foráneas para sostener las altas tasas de crecimiento.

Lo cierto es que a pesar de esas medi-

das, o bien por su tardanza, las repercusiones ya se han hecho notar. Por ejemplo, el importante certamen Asia Pacific Leather Fair que debía celebrarse en Hong Kong hace unas semanas se canceló, supuestamente, hasta el próximo mes de junio. En el pabellón oficial español, organizado por el ICEX, 29 empresas del sector calzado, marroquinería y confección en piel de nuestro país iban a participar. Claro que en las ferias que no se anularon, las cosas no

El desembarco en China

China es, para la empresa que quiere internacionalizarse, un mercado de gran interés. Así lo demuestra la tendencia actual de la inversión española, que empieza a abandonar la excesiva focalización en América Latina y a considerar China una apuesta de futuro.

Sin embargo, el desembarco de nuestras empresas en China debe ser cuidadosamente planeado. No debemos entender China como un solo mercado. La diversidad regional en términos de desarrollo convierte el territorio chino en una amalgama económicamente muy heterogénea. De este modo, mientras Shanghai es una ciudad dinámica, prolífica en emprendedores, con crecimientos anuales de PIB de dos dígitos; las provincias del oeste del país son zonas profundamente deprimidas cuyos mercados son de difícil acceso para la empresa extranjera. El enfoque de nuestra estrategia de penetración y consolidación de la empresa, pues, deberá tener en cuenta las provincias, algunas de ellas tan grandes como España o Alemania, en lugar de considerar el mercado chino como un todo monolítico.

Pero, ¿cómo penetrar en China? Dejando de lado la exportación directa, existen otras muchas formas. Es frecuente entre las empresas españolas abrir una oficina de representación, infraestructura mínima utilizada para realizar estudios de mercado o buscar distribuidores y socios para futuras colaboraciones; incluso para formar *joint ventures*. Las *joint venture* son empresas de capital mixto hispano-chino, cuya ventaja comparativa radica en

la experiencia y contactos del socio local. Reflejan a su vez un compromiso con el país. Esta actitud es bien acogida por la Administración y la predispone favorablemente, pues las autoridades chinas buscan con gran interés atraer inversión extranjera para cumplir sus objetivos de crecimiento. Una tercera forma es el establecimiento de una empresa de capital 100 % español, requiriendo esta opción una apuesta fuerte y firme por parte de la empresa matriz, pues China es un país muy lejano, no sólo en términos geográficos, sino también culturales.

Añadidas, pues, a las dificultades inherentes en la apertura de nuevos mercados, encontramos que en China la distancia cultural con nosotros, los europeos, puede dificultar enormemente nuestro cometido. Ya no sólo el idioma, sino también las costumbres se revelan a menudo como causa de malentendidos y desencuentros en las relaciones con socios o clientes. Para paliar estos problemas, es importante contar con un buen asesoramiento por parte de gentes afincadas en el país, ya sean consultoras privadas u organismos públicos (ICEX, COPCA), que puedan ayudar a la empresa a desenvolverse en el intrincado mundo de la burocracia y la cultura de este gigante milenario.

Ricard Barba i Rovira

Licenciado en Comercio Internacional
Oficina Económica y Comercial del Consulado General
de España en Shanghai



salieron mucho mejor. La de Cantón recibió sólo un 15 % de visitantes con respecto a ediciones anteriores, y la mayoría de ellos chinos. Muy pocos extranjeros se atrevieron a viajar. Ése es uno de los problemas: los viajes.

De los 56.000 millones de USD que recibió China de inversión extranjera el pasado año, sólo un raquítico 0,1 % del total fue español

Trini Rodríguez, mánager de Taga en Barcelona, entiende que las empresas que ya trabajaban con China “ahora lo siguen haciendo”. Otra cosa, señala, “son las que tenían previsto realizar viajes de exploración, en muchos casos sí que han quedado en suspenso”. Buena muestra de ello son algunas misiones comerciales a China que tenían previs-

to realizar diversas Cámaras catalanas, como la de Tarragona y la de Sabadell, que por la importancia de aquel mercado tienen su propia delegación, y que han quedado aplazadas *sine die*.

El problema no es pequeño. Según el Banco de Desarrollo Asiático, China crecerá este año alrededor de un 7 %, frente a un 8 % del pasado ejercicio, y eso si la epidemia consigue controlarse en las próximas semanas. De no ser así, el descenso del crecimiento podría llegar a ser entre medio punto y un punto. Demasiado para un país que necesita crear millones de puestos de trabajo para hacer frente a la reestructuración de muchas empresas públicas completamente ineficientes.

Otro mundo

Hay un aspecto en el que coinciden todos los expertos en el mundo síncico: la cultura china es muy diferente a la occidental y para hacer negocios hay que realizar un esfuerzo constante de aproximación. Juan Manuel Ribas, director general de Nutrexa Inter-

nacional, así lo entiende. Es más, para Ribas, “ese esfuerzo ha de ser compartido, que nos adaptemos sólo nosotros no es suficiente”. De ahí que los responsables de Nutrexa hayan apostado por realizar constantes intercambios y traer a Europa, de manera periódica, a parte de su personal chino.

Éste es, quizá, el aspecto clave a la hora de hacer negocios con el gigante asiático. Tal y como recuerda Amadeo Jensana, director de negocios de Casa Asia, “el funcionamiento del país es completamente diferente, desde los contactos con la Administración a la forma de negociar o de tomar las decisiones”. Por eso, sentencia Jensana, para acudir a China, “es necesario contar con expertos en la materia”. Entre otras cosas, porque oportunidades, haberlas, haylas. “Es difícil, hay que trabajar mucho, hay que buscar y seleccionar con ahínco al socio local”, pero existe todo un campo abonado para las empresas que quieran buscar su oportunidad, tal y como recuerda el responsable de negocios de Casa Asia.

Trini Rodríguez lo confirma, y además se muestra optimista en tanto en cuanto la mayoría de empresas catalanas y españolas que quieren abordar ese lejano mercado ya saben a lo que se enfrentan. Posiblemente no sepan del todo cómo, pero desde luego saben que es un reto difícil y complicado, que requiere un estudio previo, serio y calmado.

A la espera de que esos estudios den sus frutos, España tiene aún pendiente una asignatura: la de las inversiones. Mientras los intercambios comerciales avanzan a buen ritmo, la mayoría de los expertos coinciden en un punto: donde realmente está rezagado nuestro país es en el escaso esfuerzo inversor que realiza en el mercado chino. De los aproximadamente 56.000 MUSD que

se invirtieron el pasado año en aquel país, sólo un raquítico 0,1 % fue aportado por empresas españolas. ¿Y eso

Hay datos que confirman el fuerte dinamismo de la economía china: en 2002 la venta de automóviles aumentó un 54 %

por qué? Porque estas pequeñas aportaciones las están realizando, en la mayoría de los casos, pymes que creen en sus posibilidades. Desgraciadamente, “son pocas, por no decir ninguna, las multinacionales españolas que han dado un

paso al frente para encarar el mercado chino”, afirma Jensana. Ni telecomunicaciones ni energía ni construcción. Campos que en otros mercados, como el latinoamericano, han sido, junto a la banca, la punta de lanza de la presencia española, en China están aún vírgenes para la mayoría de grandes empresas de nuestro país.

Lo cierto es que a la espera de que se produzca ese cambio de tendencia, muchas de las empresas que ya han decidido apostar por el país de Mao se han visto obligadas, incluso, “a reorganizar el funcionamiento interno de la empresa”, según apunta la responsable de Taga en Barcelona, Trini Rodríguez. “Lógico”, señala, “en muchos casos, esa apuesta ha supuesto un salto cualitativo y cuantitativo para la empresa”.

Un país en continua expansión

Desde hace ya unos años, China se encuentra en una fase de fuerte crecimiento económico. Si el año pasado el PIB creció un 7,2 %, en este primer trimestre del año, el crecimiento registrado ha sido del 9,8 %.

Los principales factores que explican esta fuerte expansión son los siguientes:

1. Las exportaciones dirigidas tanto a Europa y a Estados Unidos, como también a sus vecinos asiáticos representan el factor más relevante de todos.
2. La inversión extranjera: China ocupó el pasado año el primer lugar como país receptor de inversión extranjera, superando a EEUU.

Las economías occidentales ya hace tiempo que conocen el gran potencial que ofrece este mercado, tanto desde el punto de vista comercial como de inversión.

Son muchas las empresas occidentales que han abierto plantas en China en los últimos años; ello les permite disponer de unos costes más competitivos, lo que les facilita su presencia en los mercados internacionales.

3. El dinamismo creciente de las empresas chinas privadas, que, junto con las extranjeras, son las creadoras de puestos de trabajo. Estas empresas están contribuyendo a la estabilidad social, compensando los efectos del cierre de empresas estatales, muchas de las cuales han perdido el tren de la modernidad y se han encontrado con las dificultades del Estado para seguir manteniéndolas operativas.
4. La inversión del Estado. El Estado está invirtiendo en infraestructuras públicas, lo que permite reequilibrar el territorio, una de las asignaturas pendientes.

Ahora bien, a pesar de este escenario de crecimiento, hay una serie de factores que, a medio plazo, pueden oscurecer el panorama económico de China.

1. El fuerte desequilibrio territorial existente entre las provincias pobres del interior y las provincias ricas de la costa.
2. La situación complicada en la que se halla un número significativo de los bancos chinos debido a las políticas seguidas en la concesión de créditos a empresas locales con relación a las garantías necesarias de solvencia y de pagos. El Gobierno ha puesto remedio a la situación frenando esta política sobre la base de la necesidad de establecer criterios objetivos a la hora de conceder créditos.
3. El gran número de empresas estatales que no disponen de medios técnicos ni económicos para salir adelante, debido a su estructura obsoleta y unas plantillas de personas sobredimensionadas.
4. El virus de la epidemia SARS, que de extenderse, tanto en el espacio como en el tiempo, puede frenar los intercambios comerciales.

Actualmente, ya se han producido cancelaciones y aplazamientos de contactos empresariales, así como de otros proyectos, hasta que se vea cuál es la evolución de la enfermedad.

En este sentido, hay que destacar que el COPCA ha mantenido, en todo momento, operativos sus centros de promoción de negocios en Beijing y Hong Kong, ofreciéndose como puente para las empresas catalanas con intereses económicos en China.

Para más información, debe contactarse con el Área de Asia y África del COPCA, llamando al teléfono 934 849 650, o por correo electrónico: asia@copca.com, o bien consultar www.copca.com.

Sr. Xavier Espasa Añoveros
Consultor del Área de Asia y África del COPCA

Handicaps

Queda claro, pues, que las empresas catalanas y españolas tienen aún un largo camino por recorrer. Al igual que la propia China. No se puede obviar que, a pesar de las deslumbrantes cifras macroeconómicas, al Imperio del Centro le acechan no pocos problemas, que poco o nada tienen que ver con el ya comentado del SARS. De una parte, la consolidación de una clase media que, tarde o temprano, demandará mayores cuotas de libertad y de poder político. Claro que para Jansana, hay un riesgo mayor: las crecientes desigualdades entre las regiones que conforman este vasto país.

Poco importa ya que el desaparecido Deng Xiaoping dijese en su momento, haciendo un alarde no se sabe si de prag-

matismo o cinismo, que “no todos los chinos podrían enriquecerse a la vez”. Lo cierto es que las desigualdades son ya, en algunos casos, alarmantes y que al Estado le queda pendiente una reforma clave: la de dotarse de un sistema de protección social universal e igual para todos los chinos. Pero hay otro tema que no hay que olvidar. Por mucho que las autoridades del PCCh quieran aislar a su país de las influencias externas, cada vez más los jóvenes chinos viajan a Europa o EEUU a estudiar. La mayoría vuelven, pero su mentalidad no es la misma, ha cambiado. “Tienen unas miras mucho más abiertas”, dice Jansana. Qué repercusiones tendrá en el futuro está por ver, pero lo cierto es que algo se mueve en China.

Pelayo Corella

Una puerta hacia la normalización política

Enrique Fanjul, ex presidente del Comité Empresarial Hispano-Chino, entiende que “a medida que una sociedad se vuelve más compleja, los mecanismos de un sistema político autoritario se vuelven más incapaces de gestionarla eficazmente”. De hecho, según el director de Iberglogal.com, “el problema de la neumonía ha puesto de relieve las limitaciones de un sistema político autoritario para afrontar los problemas en una sociedad crecientemente moderna, abierta y compleja”. Desde este punto de vista, que algo está cambiando lo demuestran las destituciones del ministro de Sanidad y del alcalde de Pekín.

Un mercado de futuro

El empresariado español siempre ha estado muy centrado en Europa y en Latinoamérica; razones culturales le asistían. Las circunstancias que impulsaron a la clase empresarial a estos mercados han variado y las circunstancias económicas del mercado americano y del europeo han llevado a un cambio de actitud hacia mercados que hasta bien poco eran considerados como mercados poco accesibles para nuestro tejido empresarial, sea por lejanía o desconocimiento. Las empresas europeas, norteamericanas y japonesas descubrieron la potencialidad del mercado chino hace tiempo y ello les ha llevado a estar muy bien posicionadas en él.

China ha sido, tradicionalmente, un mercado al que se iba a comprar. Este rol sigue manteniéndose, pero al mismo se ha unido otro, desde nuestro punto de vista más importante: China es el mercado de futuro donde las compañías pueden y deben invertir en proyectos a largo plazo. Es un mercado con 1.200 millones de habitantes y con cada vez mayor capacidad adquisitiva. Sin embargo, la ecuación 1.200 millones de habitantes igual a 1.200 millones de consumidores no es correcta. Supondría un craso error plantear una inversión con tal eslogan, pero es destacable y necesario mencionar que la clase media acomodada del país, aquélla con ingresos superiores a los 8.000 USD anuales, podría ser de 500 millones en el 2010. China no sólo es la fábrica del mundo como se la suele tildar, sino también un potencial consumidor de todo tipo de productos. Ejemplos, los hay de toda clase: Volkswagen, General Motors, Pepsico en cuanto a multinacionales de renombre, y empresas más familiares para nosotros, como Alsa, Nutrexpa o Chupa Chups. Ellas han considerado China como centro de producción y de distribución de sus productos a escala mundial y como país objetivo para la venta de los mismos. China es el segundo receptor de inversión directa extranjera (detrás de

EEUU), con un volumen de 52.740 MUSD a finales del año 2002. ¿En qué se basan para haber tomado estas decisiones? Pues en una previsión de crecimiento del PIB del 7 % en los próximos años, en la estabilidad cambiaria, en la privatización progresiva de su capacidad productiva, en situaciones políticas y sociales estables, en las anunciadas medidas anticorrupción, en la apuesta de la Administración china por la demanda interior y una consolidación de la cultura empresarial en el sector privado. A ello se une la entrada de China en la OMC, lo que provocará su progresivo desarme arancelario y una cada vez mayor apertura comercial.

El futuro es prometedor para las empresas españolas, ya que su recorrido en este mercado es aún amplio debido a su inexistencia en muchos sectores hasta el momento. El número de ellas es aún escaso, unas 131. China sin ninguna duda está interesada en atraer más inversión externa, ya que ello le supondría ayuda para desarrollar su sistema productivo, ayudas para sus arcas en formas de impuestos y solucionar uno de los pocos lunares que tiene ahora mismo su economía, como es el creciente desempleo.

Desde estas líneas me gustaría concluir animando a los empresarios activos en comercio exterior a que miren a China como un mercado con un inmenso futuro, con unas posibilidades enormes, pero –y en esto quiero ser claro– al que se debe acudir preparado. Deben analizar las oportunidades que el país ofrece, como los bajos costes laborales, muy inferiores a los europeos, siendo además un país con enormes incentivos fiscales.

Francisco Soler
Chief Representative
Grupo Banco Popular Español
Hong Kong Representative Office
soler@netvigator.com

uno de los principales bancos europeos, **fortis bank**, mantiene su apuesta por **china**



En 2002, Fortis Bank celebró el centenario de su presencia en China. El Banque Sino-Belge, como se conocía entonces, abrió su primera oficina en Shanghai en 1902 y fue uno de los primeros bancos europeos en operar en el mercado chino.

China

Hoy, la actividad de Fortis Bank en China se centra en tres oficinas: dos *business centres* (oficinas de empresa) en Shanghai y Guangzhou y una oficina de representación en Beijing. Las oficinas de Shanghai y Guangzhou ofrecen una gama completa de servicios de banca comercial a empresas estatales, *joint-ventures* internacionales y a empresas extranjeras grandes y medianas. Estos servicios incluyen créditos y remesas documentarias, financiación, depósitos, cobros y pagos y banca de corresponsalía. Fortis Bank en Beijing, como oficina de representación, ofrece servicios de asesoría, apoyo e intermediación de servicios financieros, para aquellas empresas que ya operan en China o quieren invertir en China. Gracias a la buena relación con la banca local, fruto de muchos años de trabajo conjunto, Fortis Bank Beijing puede ofrecer a nuestros clientes instrumentos que resuelven las dificultades asociadas a los cobros y pagos en el comercio internacional. Además, la oficina de Beijing es activa en financiaciones estructuradas y de proyectos, a través del apoyo que brinda a los equipos de Global Export & Project Finance de Fortis Bank. Puesto que la mayor parte de los organismos oficiales chinos tienen sus oficinas en Beijing, nuestra oficina de representación está bien situada para contactar con ellos en el momento oportuno.

Taiwán

Fortis Bank se estableció en Taipei en 1994 y en la actualidad es uno de los pocos bancos europeos que mantiene una presencia operativa en la isla. Similar a lo que ocurre en España, nuestra oficina de Taipei se dirige a aquellas empresas medianas y grandes, tanto nacionales como extranjeras, con una importante vocación internacional y, por tanto, puedan sacar provecho de nuestra amplia gama de servicios bancarios internacionales de valor añadido. Entre otros, éstos incluyen créditos y remesas documentarias, financiación, depósitos, cobros y pagos internacionales y domésticos, *factoring* y sindicación.

Hong Kong

Fortis Bank es uno de los bancos europeos más importantes en Hong Kong, tanto en términos de amplitud de la gama de servicios ofrecidos como por su red de oficinas. La primera oficina en Hong Kong se abrió en 1935 y actualmente Fortis Bank cuenta con una red de 23 oficinas "a pie de calle" y 5 oficinas especializadas en banca de empresa (*business centres*), a lo largo y ancho de su territorio. Estas oficinas ofrecen un abanico completo de servicios financieros y bancarios a clientes particulares y corporativos.

El "International Desk" en Hong Kong, cuyo responsable es D. Johan Lam, ofrece orientación y consejo a las empresas

europeas, en sus negocios en "el gran China" (China, Hong Kong y Taiwán). Por ejemplo, las compañías pueden solicitar su ayuda en asuntos administrativos e impositivos. En caso de necesidad, les referiremos a proveedores locales de servicios de profesionalidad contrastada. Nuestra plantilla es multilingüe y tiene conocimientos profundos de costumbres y prácticas financieras, tanto chinas como europeas.

El compromiso de Fortis Bank

Fortis Bank es parte del grupo Fortis, un proveedor internacional de servicios financieros, con una gran experiencia en seguros, banca e inversiones. La corporación tenía una capitalización bursátil de 37.700 MEUR en 2001. Fortis emplea a cerca de 70.000 personas en todo el mundo. Ocupa un puesto de liderazgo en Europa, donde ofrece una amplia gama de servicios financieros a particulares, empresas y el sector público. Existe un fuerte compromiso con China, donde el grupo también aspira a desarrollar sus actividades de seguros e inversiones. A finales de 2001, Fortis llegó a un acuerdo con el China Insurance Group para comprar una participación inicial del 24,9 % en Tai Ping Life, el porcentaje de participación más grande en una aseguradora china que haya tenido nunca un proveedor extranjero de servicios financieros. En fechas más recientes, Fortis también formó una alianza estratégica, en materia de gestión de activos, con Haitong Securities Co., Ltd., una de las firmas de bolsa más importantes de China.

Presencia global

Fortis Bank dispone de una red integrada de 100 *business centers* alrededor del mundo, que nos ha permitido desarrollar servicios financieros transfronterizos, combinando la fortaleza de un banco internacional con la inmediatez de una presencia local, allá donde nos encontremos. La sinergia creada por la presencia global de Fortis en combinación con la bien establecida red en China, Taiwán y Hong Kong facilita que Fortis Bank actúe como puente entre empresas europeas y sus socios comerciales chinos.

Contactos

Fortis Bank Asia, Hong Kong

Nombre: Mr. Johan Lam

Función: International Desk Manager

Dirección: 27/F Fortis Bank Tower,

Gloucester Road, Hong Kong

Teléfono: +852 2823 0760 Fax: +852 2527 6779

Correo electrónico: johan.lam@fortisbank.com.hk

Fortis Bank S.A., Sucursal en España

Nombre: D. Jean-Paul Renmans

Función: International Desk Manager

Dirección: Ortega y Gasset, 29, 6º. 28006 Madrid

Teléfono: +34 914 326 744 Fax: +34 914 326 740

Correo electrónico: jean-paul.renmans@fortisbank.com



Hace 10 años éramos un banco local.

Y seguimos
siéndolo.

Siempre cambiamos mucho como banco en los últimos años. Hoy en día Fortis Bank es con sus más de 40.000 empleados en muchos países lo que se puede llamar un banco mundial. Pero una cosa no ha cambiado: donde quiera que usted haga negocios, nos encontrará. En Europa y fuera de Europa. Conocemos el mercado local, la regulación fiscal y la reglamentación de las subvenciones en los diferentes países. En una palabra, Fortis Bank tiene la red, el conocimiento y la experiencia para ser la clave de su éxito. www.fortisbusiness.com.



Fortis Bank
Sucursal en España
Edificio Beatrix
José Ortega y Gasset, 29 - 6º Pta.
28006 Madrid
Tel: 902 84 36 95

(Madrid, Barcelona, Valencia, Lisboa,
Zaragoza)

la exportación vallesana va a más

La demarcación de Sabadell representa el 8.66 % de las exportaciones catalanas

Un reciente estudio realizado por la Cámara de Comercio de Sabadell confirma un dato que, por conocido, no deja de ser importante: las empresas de esta demarcación tienen un dinamismo exportador que para sí querrían otras zonas de Catalunya y España.

Los datos, según el presidente de esta Cámara, Antoni Peñarroya, confirman que "somos la comarca del Estado con más empresas exportadoras por kilómetro cuadrado y la que tiene más certificados de calidad concedidos". Para Peñarroya, esta tendencia "va a más, cuantitativa pero también cualitativamente".

Así, las exportaciones de las empresas de la demarcación representan el 8,66 % del total catalán (superiores al 8,44 % de 1998) y el 2,24 % del total español. Esa importante cuota se debe, en parte, a que el sector exportador está formado por 882 empresas, frente a las 618 de 1998, empleando a más de 53.000 personas. Según el informe, las ventas exteriores alcanzaron los 2.928 MEUR en

Las empresas de la demarcación exportan más que algunos de los países que ingresarán próximamente en la UE, caso de Malta o Letonia

2000, o lo que es lo mismo, casi medio billón de las antiguas pesetas.

Con estos datos en la mano, la demarcación de Sabadell, en lo que respecta a la exportación española, mantiene el puesto número 16 del ránking por provincias, con un volumen parecido a Tarragona y por encima de algunos países que están a punto de entrar en la Unión Europea, caso de Malta o Letonia.



A la derecha, Antoni Peñarroya, acompañado por Francesc García-Planas

Destino de las exportaciones

Lógicamente, los destinos más importantes de las exportaciones son los países de la UE (72 %), Latinoamérica (11 %), Europa Central y Oriental (5 %), Asia y África (6 %) y, por último, Estados Unidos (5 %).

Para Francesc García-Planas, presidente de la Comisión de Comercio Exterior de la Cámara sabadellense, "una de las conclusiones que más llama la atención es que los productos con mayor valor añadido, con un impor-

tante componente de diseño y nivel tecnológico, están ganando terreno a los más tradicionales".

El año 2000, en las exportaciones de la demarcación destacaban cuatro grandes grupos en función de su especialización, que en conjunto suponen casi el 60 % del total: material y equipos eléctrico, electrónico y óptico (18 %), la industria textil, de cuero y de calzado (15 %), la industria química (12 %) y material de transporte (12 %).

Cuestión de tamaño

Saber qué tipo de empresas son las exportadoras y cuál es su tamaño es muy importante a la hora de desarrollar las estrategias de asesoramiento y ayuda. Por lo que se refiere a facturación, la mayoría de empresas son medianas: el 72 % rondan entre los 0,6 y los 15 MEUR. En los extremos, un 14 % facturan menos de 0,6 MEUR y un 13 % más de 15 MEUR. En este último grupo, destacan varias de las marcas señeras catalanas, como Mango. Pero la lista es larga: Yamaha, Kao Corporation, Montesa Honda, Tyco Electronics, Italco, Poligras o Cubigel. En total, la Cámara tiene contabilizadas 32 firmas que facturan más de 60 MEUR. Una buena tarjeta de presentación del dinamismo exportador de la demarcación.

la incógnita putin

Rusia sufrió la pasada década lo que algunos economistas llamaron la destrucción de una economía en tiempos de paz. Ha sido, y lo sigue siendo, una transición "difícil y caótica", en palabras de Benjamí Bastida, catedrático de Política Económica de la Universidad de Barcelona. De hecho, para Bastida, aunque la situación en Rusia ha mejorado ostensiblemente en los últimos años, el porvenir es aún "incierto". En un acto organizado en la Llotja de Mar por la Cámara de Barcelona y el Centre d'Estudis Internacionals, un nutrido grupo de empresarios tuvo la oportunidad de dialogar semanas atrás sobre el futuro de la antaño superpotencia soviética. El actual embajador español en Moscú, José María Robles Fraga, afirmó a los presentes que el comercio bilateral es, hoy en día, una asignatura pendiente, y que habría que aprovechar la imagen positiva que tienen los rusos de España. Como ejemplo, puso el éxito de las recientes aperturas de Zara y Mango en la capital moscovita. De la inversión española, Robles Fraga afirmó que es "limitada y reducida, básicamente, al sector agroalimentario".

Por lo que se refiere a las experiencias empresariales, Gonzalo López de Cevallos, director de mercados de Rusia de Freixenet, destacó que con la llegada de Putin al poder se ha conseguido restablecer, en parte, un cierto orden. Y puso como ejemplo, la reforma impositiva: mientras que en 1995

existían 333 impuestos, en 2003 "sólo" 33. Para López de Cevallos, un problema ciertamente importante es el precio. Todos los operadores e intermediarios quieren trabajar con altos márgenes de beneficio, con lo que el precio final del producto se encarece. "Hacerles entender que si reducen esos márgenes, a medio y largo plazo es beneficioso para todos, es un reto que tenemos pendiente", señaló.

Por su parte, Xavier Barris, director gerente de Xavier Barris, SL, alertó de que, a diferencia de lo que pasaba hace una década, ahora "el mercado ruso está saturado de productos, por lo que se hace necesario realizar, antes de ir, el correspondiente estudio de mercado". El representante de Bodegas Torres, Diego Talavera, señaló que una de las grandes diferencias con nuestro país es el largo tiempo de espera, dado que la estructura empresarial sigue siendo excesivamente jerarquizada y los que toman las decisiones siguen siendo unos pocos. Para acelerar esa comunicación, Talavera apuntó una solución, apostar por alguien del país, que no sólo conozca la lengua, sino también los entresijos del funcionamiento empresarial ruso.

Como colofón del encuentro, la mayoría de ponentes quisieron lanzar un mensaje común: a pesar de las dificultades, "Rusia supone una oportunidad".

P. C.

en **EUROPA**, con **GRUPO BANCO POPULAR**

exportcredit@bancopopular.es

BANCO POPULAR

United Kingdom
Portugal
France
Belgique
Italia
Hrvatska
Luxembourg
Deutschland
Schweiz
Osterreich
Nederland
Rossija
Jugoslavija
Romania
Magyarország
Lietuva
Polaka
Ucraina
Slovenija
Latvija
Balgarija
Ceska
Slovenska

cómo evitar impagos en el comercio exterior

Es un tema recurrente y también preocupante. ¿Cuántos empresarios pierden horas de sueño debido a la posibilidad del impago de una mercancía una vez remitida más allá de nuestras fronteras?

Muestra de esa preocupación, la Cámara de Comercio de Barcelona, dentro del ciclo de desayunos temáticos, invitó a Albert Badia, socio director de Aditio Consultores; Miquel Bolos, *export manager* del Grupo PASA, y Lluís Ruiz, delegado de Internacional del Banc de Sabadell, para hablar sobre cómo evitar impagos en operaciones internacionales.

A pesar de que, tal y como indicó Badia, el porcentaje de impagos en este tipo de operaciones es menor que en transacciones nacionales, éstos son normalmente de mayor cuantía y de más difícil solución. Los costes de transporte y de seguimiento de las operaciones internacionales, así como su riesgo, hacen que su valor medio sea mayor al de las ventas nacionales, y, de otro lado, la distancia del interlocutor hace más complejo el control de cobro. Por todo ello, es muy importante que las empresas que decidan adentrarse en el mundo del comercio exterior conozcan bien las

herramientas existentes para cubrir o disminuir ese riesgo de impago. El primer consejo que dan los expertos atañe al funcionamiento interno de la empresa. Una operación de venta in-

A pesar de que el porcentaje de impagos en este tipo de operaciones es menor que en transacciones nacionales, éstos son normalmente de mayor cuantía y de más difícil solución

lucra a varios departamentos dentro de una compañía. El comprador, en cambio, debe percibir las distintas áreas como un todo homogéneo. Para conseguir ese efecto, la empresa tiene que coordinar sus departamentos, preparar las estrategias de venta de modo con-

junto y unificar criterios. Es muy importante realizar un *credit scoring* (evaluación de la necesidad de cobertura de riesgo) de cada cliente, determinar las garantías, plazos y medios de pago a utilizar, para que no haya conflictos entre, por ejemplo, un departamento comercial que vende con remesa simple y un área financiera, que exige un crédito documentario confirmado.

Una vez la empresa tiene claros sus criterios internos, hay que preparar debidamente la estrategia externa. El objetivo es evaluar dos riesgos: el del cliente de forma aislada y el del país correspondiente. Para ello, existen informes emitidos por entidades financieras, compañías aseguradoras y organismos públicos. Éstos nos indican el grado de morosidad del cliente (riesgo comercial), de las empresas del país en general y también el peligro que puede suponer el contexto político-social del Estado a considerar (riesgo político). Las compañías de caución evalúan,

cada año, el riesgo de los países. Esta información puede obtenerse de forma gratuita a través de Internet. Con los resultados obtenidos podrá decidirse el *credit scoring* del cliente y fijar la mejor forma de pago. Tal y como se indica en el recuadro, hay medios de pago que cubren uno de los dos riesgos, mientras que otros salvaguardan al vendedor en los dos casos. En función del cliente y el país, será más conveniente escoger uno u otro.

Ambas estrategias de prevención, interna y externa, mejorarán la imagen de la empresa ante los clientes, proveedores y competencia, ayudarán a estandarizar procesos, aumentar el control de las operaciones y disminuir la cantidad de impagos. Sin embargo, no hay garantías eficaces al 100 % y hay que estar preparado para enfrentarse a un cliente que no quiere pagar. Antes de entrar en un litigio largo y caro, debe intentarse negociar por la vía de descuentos o

aplazamientos en el pago. En caso de que el cliente no pueda pagar las mercancías de ninguna manera, una opción alternativa al litigio, que está siendo cada vez más utilizada, es el arbitraje internacional. Terceras partes imparciales decidirán cómo resolver la situación y su decisión no será vinculante frente a resolución judicial.

Sira Abenoza

COBERTURAS DE RIESGO DE LOS DISTINTOS MODOS DE PAGO

Fuente: Aditio Consultores

	RIESGO COMERCIAL	RIESGO POLÍTICO
Pago por anticipado	Sí	Sí
Remesa documentaria	Sólo una remesa documentaria contra pago garantiza el dominio de la mercancía	No
Crédito documentario	Sí, si el exportador cumple	Sí, si el exportador cumple y es confirmado
Póliza de seguros	Sí, por el porcentaje asegurado	Sí, por porcentaje asegurado según país
Garantías bancarias	Sí, si el banco es solvente bajo normativa del banco emisor	No, sin contragarantía de un banco español
Factoring sin recurso	Sí, excepto por disputa comercial	No
Forfeiting	Sí	Sí
Crédito OCDE o FAD	Sí	Sí

RIESGO DE IMPAGO DE LAS EMPRESAS DE LOS PRIMEROS PAÍSES DESTINO DE LA EXPORTACIÓN ESPAÑOLA

PAÍS	RIESGO	PAÍS	RIESGO	PAÍS	RIESGO
Francia y Mónaco	A1	Rusia	B	Eslovenia	A2
Japón	A2	Hong Kong	A2	Turquía	C
Túnez	A4	Países Bajos	A1	Bosnia Herzegovina	D
Alemania	A2	China	A3	Sudáfrica	A4
Brasil	C	Singapur	A2	Suiza	A1
EAU	A2	Bélgica	A1	Hungría	A2
Portugal	A2	Argelia	B	República Dominicana	A4
Dinamarca	A1	Cuba	D	Polonia	A4
Finlandia	A1	México	A4	Arabia Saudita	A4
Reino Unido	A1	Andorra	--	Egipto	B
Irlanda	A1	Chile	A3	Suecia	A1
Eslovaquia	A4	Marruecos	A4	Venezuela	D
Italia	A2	Israel	A4	Irán	C
República Checa	A3	Corea del Sur	A2	Austria	A1
Noruega	A1	Grecia	A2	Australia	A1
Estados Unidos	A2	Canadá	A1	Argentina	D

www.trading-safety.com

Formación de directivos para la gestión internacional



Escuela Superior de Comercio Internacional

Programas de formación continua MASTER

Master of International Business, M.I.B. Executive

Proporciona las habilidades que permitirán gestionar los diferentes aspectos económicos, sociales y culturales del nuevo escenario internacional.

- 500 horas lectivas (Septiembre-Julio).
- Sesiones viernes tarde y sábado mañana.

POSTGRADOS

Curso Superior de Comercio Internacional

Proporciona una formación general, amplia y práctica para el departamento de comercio exterior de la empresa.

- 270 horas lectivas (Octubre-Junio).
- Sesiones martes, miércoles y jueves tarde.

Dirección Comercial Internacional Avanzada

Forma expertos en la planificación, gestión y control de la actividad comercial de la empresa con negocio internacional.

- 220 horas lectivas (Noviembre-Mayo).
- Sesiones viernes tarde y sábado mañana.



Teléfono 900 122 630
 Passéig Pujades, 1 - 08003 Barcelona
 esci@esci.es - www.esci.es
 Escola Superior de Comerç Internacional

externalización de la gestión de facturas internacionales



Sebastien Bouvet
Presidente del Grupo
THEOFINANCE

El mercado obliga a vender a crédito, independientemente de si el destino es nuestro propio Estado o se trata de una exportación. Evidentemente, ese riesgo se puede asegurar, pero de todos modos no se evitarán los atrasos en los cobros, ni las gestiones de seguimiento, ni el riesgo que suponen todas las discrepancias que tenga el cliente con respecto a la mercancía. Vender a crédito implica hacer un seguimiento de las facturas, a fin de asegurar al máximo el cobro de las mismas. Es bien sabido que a mayor proximidad del proveedor/cliente, la eficiencia en la gestión es mayor. Cuanto más lejos se encuentre, más cambios de idioma, horarios, costumbres... habrá y, por lo tanto, será más difícil de controlar.

Las transacciones internacionales sólo pueden cobrarse por adelantado cuando el precio de las mercancías o servicios a exportar están muy por debajo de los precios del país de destino. En tal caso puede exigirse el cobro antes de servir la mercancía. Sólo los países con precios de mano de obra muy bajos pueden gozar de tal privilegio, y no es ésta la situación de nuestro país.

El comercio está cada vez más globalizado, pero las empresas trabajan desde un lugar fijo y para destinos concretos. Las empresas tienen que adaptarse a las necesidades locales.

Desde el punto de vista comercial, las empresas llevan mucho tiempo acercándose al cliente, pero en lo que se refiere al intercambio económico, ¿qué hay que hacer para asegurar la efectividad del cobro y, aún más, la rapidez del mismo en cualquier transacción?

Obviamente, es imposible tener un gestor propio en cada país de destino, y por ese motivo nacen las empresas gestoras de facturas internacionales.

El seguimiento de cobros de transacciones internacionales es una tarea que exige una atención continuada. Si quiere hacerse desde la propia empresa, se necesitarán varios trabajadores dedicados a ello.

Pensando en términos de *core business*, es recomendable externalizar todos los procesos que no sean propios de la actividad productiva de la empresa, máxime si con ello se reducen costes y se mejoran los resultados.

Las empresas que se dedican a la externalización de la gestión de facturas internacionales, tienen que tener presencia local en los principales países, para eliminar el problema de la distancia. Es también muy importante que hagan una buena gestión antes del vencimiento; el comprador debe tener muy presente cuándo se está acercando la fecha de pago. Por otro lado, tienen que actuar con una mentalidad muy comercial, pues representan a una empresa exportadora y una transacción comercial.

Si la compañía de externalización de la gestión de facturas internacionales realiza una buena gestión, el cliente obtendrá beneficios en el *cash flow* y en la cuenta de resultados, por la optimización del cobro. Las ventas también deben recibir un efecto positivo, ya que, al aprovechar las sinergias de la estructura local en diferentes países, pueden abrirse nuevas posibilidades de negocio. En cuanto a los costes, a través de la externalización, los costes fijos se convierten en variables. Para los sectores con estacionalidad de ventas, es una herramienta que permite tener una estructura mucho más flexible.

No hay que olvidar tampoco que controlar una parcela tan importante como esta a través de una empresa especializada en dichas tareas, facilita las condiciones de negociación con las entidades financieras, aseguradoras, auditoría, etc.

THEOFINANCE

Get paid, On time, Worldwide

Outsourcing de Gestión de Facturas
Nacional/Internacional

Theo Client management, S.A.
Diagonal, 519, 5º
08029 Barcelona
Tel. 933.635.690

www.theofinance.com

Promoción

Misiones directas

AUSTRALIA Y NUEVA ZELANDA 5 AL 16 DE JULIO

Cámara: Barcelona
Sector: Multisectorial
Contacto: Eva Perea (tel. 934 169 535)
(eperea@mail.cambrabcn.es)

SIRIA, LÍBANO, JORDANIA JULIO

Cámara: Barcelona
Sector: Maquinaria de construcción y medio ambiente
Contacto: Anwar Zibaoui (tel. 934 169 386)
(azibaoui@mail.cambrabcn.es)

EEUU (LOS ANGELES) SEGUNDA QUINCENA DE SEPTIEMBRE

Cámara: Tortosa, Reus, Tarragona y Valls
Sector: Multisectorial
Contacto: Pilar Bellaubi (tel. 977 441 537)
(pbellaubi@cambrescat.es)

ARGELIA, MARRUECOS 23 DE SEPTIEMBRE AL 2 DE OCTUBRE

Cámara: Tarragona
Sector: Multisectorial
Contacto: Robert Barros (tel. 977 219 676)
(rbarros@cambrescat.es)

ARGELIA, MARRUECOS 27 DE SEPTIEMBRE AL 4 DE OCTUBRE

Cámara: Manresa
Sector: Multisectorial
Contacto: Jaume Ferrer (tel. 938 724 222)
(jferrer@cambrescat.es)

GRECIA 5 AL 10 DE OCTUBRE

Cámara: Tortosa
Sector: Multisectorial
Contacto: M. Pilar Bellaubi (tel. 977 441 537)
(pbellaubi@cambrescat.es)

RUMANÍA, BUGARIA 5 AL 10 DE OCTUBRE

Cámara: Lleida
Sector: Multisectorial
Contacto: Joan Panadès (tel. 973 236 161)
(jpanades@cambrescat.es)

PERÚ, CHILE 19 AL 26 DE OCTUBRE

Cámara: Reus, Tarragona, Tortosa y Valls
Sector: Multisectorial
Contacto: Sandra Masip (tel. 977 338 080)
(smasip@cambrescat.es)

REP. DOMINICANA, COSTA RICA, PANAMÁ 19 DE OCTUBRE AL 31 DE OCTUBRE

Cámara: Tarragona
Sector: Multisectorial
Contacto: Robert Barros (tel. 977 219 676)
(rbarros@cambrescat.es)

MÉXICO 23 AL 29 DE NOVIEMBRE

Cámara: Palamós y Tortosa
Sector: Multisectorial
Contacto: Nuria Marín (tel. 972 314 077)
(nmarin@cambrescat.es)
Pilar Bellaubi (tel. 977 441 537)
(pbellaubi@cambrescat.es)

CANADÁ, EEUU

Cámara: Reus, Tarragona, Tortosa y Valls
Sector: Multisectorial
Contacto: Sandra Masip (tel. 977 338 080)
(smasip@cambrescat.es)

SUDÁFRICA

Cámara: Reus, Tarragona, Tortosa y Valls
Sector: Multisectorial
Contacto: Sandra Masip (tel. 977 338 080)
(smasip@cambrescat.es)

Misiones inversas

POLONIA

Cámara: 25-29 DE SEPTIEMBRE
Lleida
Sector: Agrícola
Contacto: Joan Panadès (tel. 973 236 161)
(jpanades@cambrescat.es)

Visitas a ferias

EXPOLOGÍSTICA 2003

Lugar: 2-4 DE JULIO
México D.F.
Sector: Logística
Organiza: ICEX
Contacto: Maribel Martín (tel. 913 491 881)

SITEVI

Lugar: 25-27 DE NOVIEMBRE
Montellier (Francia)
Sector: Vinícola
Organiza: Cámara de Lleida
Contacto: Joan Panadès (tel. 973 236 161)
(jpanades@cambrescat.es)

Encuentros empresariales

III ENCUENTRO EMPRESARIAL ESPAÑA-CENTROAMÉRICA

Lugar: 23 Y 24 DE OCTUBRE
Panamá, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Nicaragua
Sector: Multisectorial
Organiza: Cámara de Comercio de Castellón, Barcelona, Madrid, Navarra

Formación

Jornadas

CÓMO PREPARAR UN PRODUCTO PARA SU INTERNACIONALIZACIÓN

Lugar: 21 DE MAYO
Cámara de Tarragona
Contacto: Robert Barros (tel. 977 219 676)
(rbarros@cambrescat.es)

Seminarios

GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL COMERCIO EXTERIOR

Lugar: 7 DE MAYO AL 6 DE JUNIO
Cámara de Tortosa
Contacto: M. Pilar Bellaubi (tel. 977 441 537)

CURSO PRÁCTICO DE INICIACIÓN A LA EXPORTACIÓN

Lugar: 3, 5, 10, 12 Y 17 DE JUNIO
Cámara de Lleida
Contacto: Esther Fernández (tel. 973 236 161)

A continuación se relaciona una selección de los avisos de contrato para proyectos financiados por bancos de desarrollo.

Para información más detallada acerca de los proyectos y la documentación necesaria para presentar ofertas, contactar con Ana Alós, responsable de proyectos, Fundación Barcelona Promoción (FBP) (tel.: 934 169 368, c/e: aalos@mail.cambrabcn.es) o bien consultar la página web: www.cambrabcn.es/comext.

Bangladesh - Telecomunicaciones:

Reestructuración y refuerzo del Ministerio de Correo y Telecomunicaciones, y de la Comisión Reguladora de las Telecomunicaciones de Bangladesh. Se requieren servicios de consultoría para realizar asistencia técnica e institucional. No se especifica fecha límite para la presentación de ofertas. La persona de contacto es: Mr. M. A. Mobarak. Joint Secretary. Ministry of Post and Telecommunications. Building 7, Room 405. Bangladesh Secretariat. Dhaka, Bangladesh. Tel.: (880-2) 861-9033. Fax: (880-2) 861-6670. C/e: mobarak@btb.net.bd. N° de convocatoria: WB759-605/03.

Dominica - Carreteras:

El Banco de Desarrollo del Caribe (CDB) financia un proyecto de mejora de zonas de ecoturismo, en particular la rehabilitación de 6 km de carretera, incluyendo tareas de drenaje. La fecha límite para la presentación de ofertas es el 4 de julio de 2003. La agencia de contacto es: Permanent Secretary. Ministry of Tourism, Industry and Enterprise Development. Government Headquarters. Roseau, Commonwealth of Dominica. Tel.: (767) 448-2401 Ext. 3006. Fax: (767) 448-6200. N° de convocatoria: CDB11-605/03.

Indonesia - Educación, formación:

Suministro, distribución e instalación de material de laboratorio para programas de estudio de ingeniería mecánica y civil. La fecha límite para la presentación de ofertas es el 26 de junio de 2003. La agencia de contacto es: OPSPMU-TPSDSP Institut Teknologi Padang. Jl. Gajah Mada Kandis Nāngalo. Bldg. D, 2nd Floor. Padang 24143 West Sumatra, Indonesia. C/e: itp_tpsdsp@razormail.com, ypt_itp@yahoo.com. N° de convocatoria: ADB81-605/03.

Panamá - Construcción:

Dentro del Proyecto de Desarrollo Educativo se prevé la contratación de los servicios para la construcción de infraestructura escolar (tres pabellones de aulas de clases, laboratorios e informática para el Colegio Francisco Beckham). La fecha límite para la presentación de ofertas es el 19 de junio de 2003. La agencia de contacto es: Dirección de Venta de Pliego de Cargos. Clayton, Clayton Rd. Calle Hocker Drive. Frente al Antiguo Hospital de Clayton. Edif. 1013 A y B, Panamá 3, Panamá. Tel.: (507) 317-0245, 317-0246, 317-0247, 317-0248. Fax: (507) 317-1104. N° de convocatoria: IDB136-605/03.

El Salvador - Tecnología de información:

Suministro de mobiliario escolar para equipo de computación y audiovisual, en el marco del Programa de Apoyo a Tecnologías Educativas. La fecha límite para la presentación de ofertas es el 19 de junio de 2003. La agencia de contacto es: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Unidad de Adquisiciones. 3ª calle Poniente N° 4048. Entre 77 y 79 Av. Norte. San Salvador, El Salvador. Tel.: (503) 263-0066. Fax: (503) 263-3501. N° de convocatoria: IDB144-606/03.

Túnez - Tecnología de información:

En el marco del Proyecto de Mejora de la Calidad del Sistema Educativo Tunecino, se prevé la adquisición del equipamiento de fuentes informáticas (equipo e instalación de espacios informáticos, equipos periféricos, equipos eléctricos, y equipos de presentación). La fecha límite para la presentación de ofertas es el 16 de junio de 2003. La agencia de contacto es: Direction des bâtiments et de l'équipement. Ministère de l'éducation et de la formation. Bld. Bab B'net. Tunis 1030, Tunisie. Tel: (216-7) 156-7451, 156-7528. Fax (216-7) 156-9735, 156-9735, 156-9307. N° de convocatoria: WB735-605/03.

Turquía - Industria:

Suministro, entrega e instalación de sistemas y equipamiento de medición de laboratorio en el marco de un proyecto de tecnología industrial. La fecha límite para la presentación de ofertas es el 29 de mayo de 2003. La persona de contacto es: Attn: Dr. M. Turhan Çoban, Assistant Director-Technology. Room N° AZ23, 1st Floor. Tubitak, Ulusal Metroloji Enstitüsü (UME). Anibal Caddesi, Besevler Mevkii, Tübitak Kampusu. 41470 Gebze; Kocaeli, Turkey. Tel.: (90-262) 646-6355, ext. 307. Fax: (90-262) 646-5914. C/e: turhan.coban@ume.tubitak.gov.tr. N° de convocatoria: WB770-605/03.

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

Si desea suscribirse gratuitamente al *Noticiari de Comerç Exterior*, envíenos sus datos al fax: 932 848 192 / tel. 932 848 911 / dirección electrónica: informatiu@cambrescat.es

Nombre y apellidos _____ Empresa _____
 Dirección _____
 Población _____ Código postal _____ Teléfono _____
 Fax _____ Dirección electrónica _____

Los datos registrados en este formulario son confidenciales. Tiene derecho a solicitar que se le consulte, para actualizarlos o eliminarlos. También tiene derecho a negarse a recibir más ofertas por correo u otros medios; si es así, marque una cruz en la casilla siguiente

Demanda Comercial

Agrícola-Ganadería-Pesca

SEMILLAS
Bulgaria
 VELBOY 13
 4, Stoil Voivoda Str.
 PLOVDIV 4000
 Tel.: 359 32 652808
 Fax: 359 32 958255
 b_angelov61@hotmail.com
 Ref.: 200304177

HARINAS DE PESCADO

Rusia
 CHESTERLAND LLC
 Mr Chamouquich
 MOSCÚ
 Tel.: 7 095 1373003
 Fax: 7 095 1373003
 zo-as-trade@mtu-net.ru
 Ref.: 200304345

Alimentación-Bebidas

CARNES (SUSTANCIAS ALIMENT.)

Lituania
 DANEXPORT UAB
 Mr Marius Glinskis
 Gedimino 33-11
 KAUNAS LT-3000
 Tel.: 370 37 302063
 Fax: 370 37 302069
 www.danexport.lt
 marius@danexport.lt
 Ref.: 200304215

SEMILLAS

Reino Unido
 NEBA LTD.
 Mr Zena Ali
 257 Burlington Rd.
 NEW MALDEN KT3 4NE
 Tel.: 44 20 89427999
 Fax: 44 20 89426999
 info@nebaltd.com
 Ref.: 200304095

ALMENDRAS

Suiza
 G. HIRSCH
 B. P. 4307 ZUG
 Tel.: 41 41 711248
 Fax: 41 41 7116375
 Ref.: 200304033

MATERIAS PRIMAS P. HELADOS

Argentina
 CORG / ASS
 Sr. Óscar Blázquez
 Calle Soldado Ruiz n° 2035
 CÓRDOBA
 Tel.: 54 11 4342524
 oscarblazquez2001@yahoo.com.ar
 Ref.: 200304214

COMESTIBLES

Polonia
 PPHU FARGO
 Mr Marcin Baryliszyn
 Ul. Generala Bema 26
 72200 NOWOGARD
 Tel.: 48 91 3923574
 Fax: 48 91 3923577
 m.baryliszyn@wp.pl
 Ref.: 200304275

Artesanía-Joyería-Regalo-Ocio

ARTÍCULOS PROMOCIONALES

Grecia
 A & K
 Mr Nikolau
 53, Zan Moreas Str.
 15231 CHALANDRI-ATHES
 Tel.: 30 210 6749801
 Fax: 30 210 6749820
 anikolau@acci.gr
 Ref.: 200304076

JUGUETES

Gabón
 T.K.B GABON
 Mr O. E. Emmanuel
 B.P. 8164
 LIBREVILLE
 Tel.: 241 056143
 Fax: 241 760922
 tkbgabon@yahoo.com
 Ref.: 200304186

JOYAS

Rep. Dominicana
 CONSORCIO DE INGENIERIA
 Y PROYECTO
 Norma Rivera
 Av. Circunvalación Pz.
 La Fuente, L. 205
 SANTO DOMINGO.
 Tel.: 1 809 2380651
 Fax: 1 809 561685
 Ref.: 200304316

PORCELANA

Francia
 ÉCORS DE PARIS
 Mr B Blay
 BP 15
 18500 MEHUN SUR Y.
 Tel.: 33 2 48574976
 Fax: 33 2 48574976
 Ref.: 200304477

Automoción-Naval-Aeronáutica

PRODUCTOS SECTOR AUTOMOCIÓN

Pakistán
 GEIKEN INTERNATIONAL
 P.O. Box 3576
 KARACHI
 Tel.: 92 21 7768016
 geikenpk@yahoo.com
 Ref.: 200304225

PLACAS DE ABC

Polonia
 INTER DAGNEX SP ZO. P.
 Ul. Weglowa 43
 45503 CZECHOWIC
 Tel.: 48 32 2154608
 Fax: 48 2151337
 www.interdagnex.com.pl
 poczla@interdagnex.com.pl
 Ref.: 200304339

PIEZAS PARA IND. AUTOMOCIÓN

Francia
 FAIRCHILD
 Mr Jean-Pierre Laurent
 9, rue des Cressonnieres
 72110 ST. COSME EN V
 Tel.: 33 2 43314180
 Fax: 33 2 43314141
 jpl Laurent@fairchild-eu.com
 Ref.: 200304450

REPUESTOS PARA VEHÍCULOS

Siria
 JOSEPH KOMBOZ
 P.O. Box 448
 ALEPPO
 Fax: 963 21 2269832
 Ref.: 200304493

Construcción-Electricidad

ARTÍCULOS ELÉCTRICOS

Argentina
 CACEC
 Sr. Daniel Porro
 Rosario de Santa Fe 231
 CÓRDOBA
 Tel.: 54 351 4214804
 Fax: 54 351 4243869
 cacec@cacec.com.ar
 Ref.: 200304231

MATERIAL ELÉCTRICO

Bolivia
 DISMAT IMPORTACIONES
 REPRESENTACIONES
 Sr. Renán Bejarano Arce
 Calle Sucre n° 686
 TARIJA
 Tel.: 591 4 6645506
 Fax: 591 4 6659166
 socomsur@olivo.entelnet.bo
 Ref.: 200304238

PREFABRICADOS DE ESCAYOLA

República Checa
 MONTAKO
 Mr Vesely
 Lobecek 732
 KRALUPY N/VTAVOU
 Tel.: 420 315721806
 Fax: 420 315721805
 www.tikurila.cz
 Ref.: 200304343

RECURRIMIENTOS PARA SUELOS

Polonia
 SOLANO
 Slawomir Kacperski
 Ul. Milczanska 31 D
 70107 SZCZECIN
 Tel.: 48 91 4853232
 Fax: 48 91 4836600
 solano@polbox.com
 Ref.: 200304233

ALUMBRADO

Sudáfrica
 MARIO CARL LEVITT
 9 Fiesk Close,
 Connaught Estate, Elsie
 8001 CAPE TOWN
 Tel.: 27 21 9332170
 Fax: 27 21 9332170
 mariol@telkomsa.net
 Ref.: 200304277

PIEZAS DE TEFLÓN P. ELECTRÓNICA

Reino Unido
 DALAU LTD.
 Mr Goetz Stieffel
 Ford Road
 CLACTON-ON-SEA CO15
 Tel.: 44 1255 220221
 Fax: 44 1255 221122
 www.dalau.com
 goetz.stieffel@dalau.com
 Ref.: 200304007

ORDENADORES PORTÁTILES

Polonia
 ERES MEDICAL
 Beata Skorska
 ul. Probostwo 19/1
 20-089 LUBLIN
 Tel.: 48 81 7487766
 Fax: 48 81 4429722
 info@eresmedical.com.pl
 Ref.: 200304081

CONEXIONES PARA ORDENADORES

Grecia
 E-EFFICIENCY INFORMATICS APPL. S.A.
 Mr Panos Giotas
 15 Makedonomachon Str
 GR-51100 GREVENA
 Tel.: 30 24620 81900
 Fax: 30 24620 81900
 www.encyency.gr
 info@encyency.gr
 Ref.: 200304189

COMPONENTES ELECTRÓNICOS

Lituania
 SPIKARE LTD.
 R Matijosaitis
 Savanoriu 287
 KAUNAS LT-3009
 Tel.: 370 37 310625
 Fax: 370 37 310741
 www.spikare.lt
 info@spikare.lt
 Ref.: 200304218

SECT. INFORMÁTICA/ELECTRÓNICA

Alemania
 ELEKTRO-REHME GMBH & CO. KG.
 Juan Pastor Saavedra
 Schillerstr. 7
 32756 DETMOLD
 Tel.: 49 5231 22668
 Fax: 49 5231 22439
 elektrorehme@aol.com
 Ref.: 200304500

Hogar-Electrodomésticos

ELECTRODOMÉSTICOS
Argentina
 C. MARINO E HIJOS S.R.L.
 Javier Montanari
 331 Sarmiento Stre.
 1824 Lanus Este
 BUENOS AIRES
 Tel.: 54 11 42053358
 Fax: 54 11 42051694
 montanarijavier@hotmail.com
 Ref.: 200304213

RECURRIMIENTOS PARA SUELOS

Polonia
 SOLANO
 Slawomir Kacperski
 Ul. Milczanska 31 D
 70107 SZCZECIN
 Tel.: 48 91 4853232
 Fax: 48 91 4836600
 solano@polbox.com
 Ref.: 200304233

MENAJE
Grecia
 PARESOGLOU BROS. CO.
 Haralabos Paresoglou
 53 Magnisias Str.
 NIKAIA 18353
 Tel.: 30 210 4910086
 Fax: 30 210 4252628
 Ref.: 200304274

ALUMBRADO

Sudáfrica
 MARIO CARL LEVITT
 9 Fiesk Close,
 Connaught Estate, Elsie
 8001 CAPE TOWN
 Tel.: 27 21 9332170
 Fax: 27 21 9332170
 mariol@telkomsa.net
 Ref.: 200304277

PIEZAS DE TEFLÓN P. ELECTRÓNICA

Reino Unido
 DALAU LTD.
 Mr Goetz Stieffel
 Ford Road
 CLACTON-ON-SEA CO15
 Tel.: 44 1255 220221
 Fax: 44 1255 221122
 www.dalau.com
 goetz.stieffel@dalau.com
 Ref.: 200304007

ORDENADORES PORTÁTILES

Polonia
 ERES MEDICAL
 Beata Skorska
 ul. Probostwo 19/1
 20-089 LUBLIN
 Tel.: 48 81 7487766
 Fax: 48 81 4429722
 info@eresmedical.com.pl
 Ref.: 200304081

CONEXIONES PARA ORDENADORES

Grecia
 E-EFFICIENCY INFORMATICS APPL. S.A.
 Mr Panos Giotas
 15 Makedonomachon Str
 GR-51100 GREVENA
 Tel.: 30 24620 81900
 Fax: 30 24620 81900
 www.encyency.gr
 info@encyency.gr
 Ref.: 200304189

COMPONENTES ELECTRÓNICOS

Lituania
 SPIKARE LTD.
 R Matijosaitis
 Savanoriu 287
 KAUNAS LT-3009
 Tel.: 370 37 310625
 Fax: 370 37 310741
 www.spikare.lt
 info@spikare.lt
 Ref.: 200304218

SECT. INFORMÁTICA/ELECTRÓNICA

Alemania
 ELEKTRO-REHME GMBH & CO. KG.
 Juan Pastor Saavedra
 Schillerstr. 7
 32756 DETMOLD
 Tel.: 49 5231 22668
 Fax: 49 5231 22439
 elektrorehme@aol.com
 Ref.: 200304500

Hogar-Electrodomésticos

ELECTRODOMÉSTICOS
Argentina
 C. MARINO E HIJOS S.R.L.
 Javier Montanari
 331 Sarmiento Stre.
 1824 Lanus Este
 BUENOS AIRES
 Tel.: 54 11 42053358
 Fax: 54 11 42051694
 montanarijavier@hotmail.com
 Ref.: 200304213

RECURRIMIENTOS PARA SUELOS

Polonia
 SOLANO
 Slawomir Kacperski
 Ul. Milczanska 31 D
 70107 SZCZECIN
 Tel.: 48 91 4853232
 Fax: 48 91 4836600
 solano@polbox.com
 Ref.: 200304233

ALUMBRADO

Sudáfrica
 MARIO CARL LEVITT
 9 Fiesk Close,
 Connaught Estate, Elsie
 8001 CAPE TOWN
 Tel.: 27 21 9332170
 Fax: 27 21 9332170
 mariol@telkomsa.net
 Ref.: 200304277

PIEZAS DE TEFLÓN P. ELECTRÓNICA

Reino Unido
 DALAU LTD.
 Mr Goetz Stieffel
 Ford Road
 CLACTON-ON-SEA CO15
 Tel.: 44 1255 220221
 Fax: 44 1255 221122
 www.dalau.com
 goetz.stieffel@dalau.com
 Ref.: 200304007

RECURRIMIENTOS PARA SUELOS

Polonia
 SOLANO
 Slawomir Kacperski
 Ul. Milczanska 31 D
 70107 SZCZECIN
 Tel.: 48 91 4853232
 Fax: 48 91 4836600
 solano@polbox.com
 Ref.: 200304233

MENAJE

Grecia
 PARESOGLOU BROS. CO.
 Haralabos Paresoglou
 53 Magnisias Str.
 NIKAIA 18353
 Tel.: 30 210 4910086
 Fax: 30 210 4252628
 Ref.: 200304274

ALUMBRADO

Sudáfrica
 MARIO CARL LEVITT
 9 Fiesk Close,
 Connaught Estate, Elsie
 8001 CAPE TOWN
 Tel.: 27 21 9332170
 Fax: 27 21 9332170
 mariol@telkomsa.net
 Ref.: 200304277

PIEZAS DE TEFLÓN P. ELECTRÓNICA

Reino Unido
 DALAU LTD.
 Mr Goetz Stieffel
 Ford Road
 CLACTON-ON-SEA CO15
 Tel.: 44 1255 220221
 Fax: 44 1255 221122
 www.dalau.com
 goetz.stieffel@dalau.com
 Ref.: 200304007

ORDENADORES PORTÁTILES

Polonia
 ERES MEDICAL
 Beata Skorska
 ul. Probostwo 19/1
 20-089 LUBLIN
 Tel.: 48 81 7487766
 Fax: 48 81 4429722
 info@eresmedical.com.pl
 Ref.: 200304081

CONEXIONES PARA ORDENADORES

Grecia
 E-EFFICIENCY INFORMATICS APPL. S.A.
 Mr Panos Giotas
 15 Makedonomachon Str
 GR-51100 GREVENA
 Tel.: 30 24620 81900
 Fax: 30 24620 81900
 www.encyency.gr
 info@encyency.gr
 Ref.: 200304189

COMPONENTES ELECTRÓNICOS

Lituania
 SPIKARE LTD.
 R Matijosaitis
 Savanoriu 287
 KAUNAS LT-3009
 Tel.: 370 37 310625
 Fax: 370 37 310741
 www.spikare.lt
 info@spikare.lt
 Ref.: 200304218

SECT. INFORMÁTICA/ELECTRÓNICA

Alemania
 ELEKTRO-REHME GMBH & CO. KG.
 Juan Pastor Saavedra
 Schillerstr. 7
 32756 DETMOLD
 Tel.: 49 5231 22668
 Fax: 49 5231 22439
 elektrorehme@aol.com
 Ref.: 200304500

Hogar-Electrodomésticos

ELECTRODOMÉSTICOS
Argentina
 C. MARINO E HIJOS S.R.L.
 Javier Montanari
 331 Sarmiento Stre.
 1824 Lanus Este
 BUENOS AIRES
 Tel.: 54 11 42053358
 Fax: 54 11 42051694
 montanarijavier@hotmail.com
 Ref.: 200304213

RECURRIMIENTOS PARA SUELOS

Polonia
 SOLANO
 Slawomir Kacperski
 Ul. Milczanska 31 D
 70107 SZCZECIN
 Tel.: 48 91 4853232
 Fax: 48 91 4836600
 solano@polbox.com

Los siguientes anuncios han sido publicados en la serie "S" del *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*. Para más información sobre éstas y otras convocatorias, contactar con Euro InfoCentre de la Cámara de Comercio de Barcelona, tel. 902 448 448, fax 934 160 735 o bien consultar la página web: www.cambrabcn.es/euroinfo.



LICITACIONES	LUGAR	FECHA LÍMITE	FECHA PUBLI.	CÓDIGO
Suministro de muebles de oficina y equipo de seguridad para las oficinas ocupadas por la Secretaría General del Consejo en Nueva York. AMI-206/03. Convocatoria de manifestaciones de interés	B-Bruselas		28/03/03	2003/S 62-053766
EDF - Ambulancias	GH-Accra	01/07/03	29/03/03	2003/S 63-054492
Phare - Equipamiento de laboratorio y de TI, hardware y software para programas interactivos para el Centro de Competencia de Salud Pública Veterinaria	EE-Tallinn	02/06/03	29/03/03	2003/S 63-054497
Cards - Suministro de equipo para la Academia de Policía en Sarajevo	BA-Sarajevo	30/05/03	29/03/03	2003/S 63-054504
Tacis - Equipo en el marco del proyecto Tacis "gestión de servicios municipales"	B-Bruselas	30/05/03	29/03/03	2003/S 63-054505
Phare - Mejora de la protección contra la radiación producida por exposición médica - suministro de equipos para diversos aspectos de radiología médica	LV-Riga	02/06/03	01/04/03	2003/S 64-055435
Producción del Diario Oficial de la Oficina Europea de Patentes	D-Munich	03/06/03	01/04/03	2003/S 64-055496
Acciones de investigación en los ámbitos relacionados con el tema "Ciencia y sociedad" en el marco del programa específico "Estructuración del Espacio Aéreo de la Investigación. Manifestaciones de interés.	B-Bruselas		01/04/03	2003/S 64-055505
Mantenimiento de instalaciones de interpretación simultánea. Convocatoria de manifestaciones de interés	L-Luxemburgo		02/04/03	2003/S 65-056293
Phare - Desarrollo de sistemas de calefacción basados en la utilización de biomasa en cinco zonas turísticas: componente de suministro	RO-Bucarest	29/05/03	03/04/03	2003/S 66-057254
Tacis - Equipo de ingeniería básica de control y de instrumentación	AM-Medzamor	06/06/03	03/04/03	2003/S 66-057257
Servicios diversos. Convocatoria de manifestaciones de interés	E-Bilbao		03/04/03	2003/S 66-057315
Obnova - Suministro e instalación del sistema de gestión de tráfico aéreo (ATMS)	BA-Sarajevo	06/06/03	04/04/03	2003/S 67-058068
Phare - Refuerzo del control de calidad de los productos de protección de las plantas	RO-Bucarest	09/06/03	04/04/03	2003/S 67-058075
Phare - Programa de información multinacional	CZ-Praga	02/06/03	04/04/03	2003/S 67-058113
Phare - Suministro de equipo para el sistema de vigilancia del mercado en el campo de la protección de la salud y el consumidor	SK-Bratislava	16/06/03	04/04/03	2003/S 67-058114
ISPA - Suministro de equipo para un vertedero - Parte de la planta de tratamiento de residuos de Lezyce	PL-Gdynia	03/06/03	04/04/03	2003/S 67-058115
Gestión, mantenimiento y reparación de los ascensores del edificio Rolin de la Secretaría General del Consejo de la Unión Europea. Convocatoria de manifestaciones de interés	B-Bruselas		04/04/03	2003/S 67-058188
FED - Vehículos a motor	BW-Gaborone	09/07/03	05/04/03	2003/S 68-058910
ISPA - Circunvalación de Belotin en la autopista R 48	CZ-Praga	15/07/03	05/04/03	2003/S 68-058916
Mejora del intercambio de comunicación e información entre las diferentes partes implicadas en las actividades del Programa de Acción de la Comunidad para luchar contra la discriminación	B-Bruselas	30/05/03	09/04/03	2003/S 70-060813
Suministro de equipos informáticos	NE-Niamey	10/06/03	10/04/03	2003/S 71-061187
Instrumentos e incentivos para promover la formación continua	B-Bruselas	31/05/03	10/04/03	2003/S 71-061272
Phare - Introducción y gestión de un sistema global automático para el control del espectro de frecuencias - GASFSM (software y equipo de TI)	CZ-Praga	07/07/03	11/04/03	2003/S 72-062643
Phare - Mejora tecnológica para una gravera (adquisición de una cargadora mecánica y de un camión)	HU-Füzesabony	16/06/03	12/04/03	2003/S 73-063656
Tacis - Mejora de la gestión fronteriza: suministro de equipo de gestión fronteriza para el destacamento de la guardia fronteriza de Sumy	B-Bruselas	23/06/03	12/04/03	2003/S 73-063660
Síntesis y valoración cualitativa de las evaluaciones a medio plazo del FSE	B-Bruselas	2/06/03	12/04/03	2003/S 73-063737
Materiales y equipo para uso médico	RW-Kigali	15/07/03	15/04/03	2003/S 74-064536
FED - Proyecto de riego para pequeños propietarios en la zona baja de Usuthu	SZ-Mbabane	16/06/03	15/04/03	2003/S 74-064538
Phare - CZ 0112/0101 Stráz n.N. - Bily Kostel - Mejora de la carretera I/13 (I/35)	CZ-Praga	30/07/03	15/04/03	2003/S 74-064554
Phare - CZ 0112/0201 Renovación de la carretera I/7 Krimov - Hora Sv. Sebestiána	CZ-Praga	23/07/03	15/04/03	2003/S 74-064555
Suministro de materiales de gran pureza (metales nobles, metales comunes, aleaciones metálicas, compuestos metálicos, grafito, silicio, germanio, plásticos). Convocatoria de manifestaciones de interés	B-Geel		15/04/03	2003/S 74-064615
Suministro de detectores HPGe tipo trébol. Convocatoria de manifestaciones de interés	B-Geel		15/04/03	2003/S 74-064617
Materiales pedagógicos. Convocatoria de manifestaciones de interés	L-Luxemburgo		15/04/03	2003/S 74-064618
Transporte de material radiactivo y fisible. Convocatoria de manifestaciones de interés	B-Geel		15/04/03	2003/S 74-064623
ISPA - Construcción de estaciones de bombeo, alcantarillas de gravedad y tuberías ascendentes para la ampliación del sistema de la red de alcantarillado de Bydgoszcz	PL-Varsovia	15/07/03	16/04/03	2003/S 75-065465
Cards - Reparación y reacondicionamiento de maquinaria de taller para la industria minera del carbón	YU-Pristina	21/07/03	16/04/03	2003/S 75-065466
ISPA - Planta de compostaje de residuos en Lodz	PL-Varsovia	18/07/03	16/04/03	2003/S 75-065467
Servicio de limpieza de cortinas y tapizados. Convocatoria de manifestaciones de interés.	B-Bruselas		16/04/03	2003/S 75-065535
Suministro de equipo para sala blanca. Convocatoria de manifestaciones de interés.	B-Geel		16/04/03	2003/S 75-065536

LICITACIONES	LUGAR	FECHA LÍMITE	FECHA PUBLI.	CÓDIGO
Control de estabilidad de determinados materiales de referencia (StabTest - 013) alimentación y agricultura; vitaminas, toxinas, residuos de medicamentos veterinarios. Convocatoria de manifestaciones de interés.	B-Geel		16/04/03	2003/S 75-065539
Oficial Segundo para la Unidad de Planificación y Desarrollo	NL-La Haya	12/06/03	16/04/03	2003/S 75-065540
Monitorización de la estabilidad de ciertos materiales de referencia (StabTest - 015) Elementos postmetabolización o con técnicas instrumentales. Convocatoria de manifestaciones de interés.	B-Geel		16/04/03	2003/S 75-065542
Tres estudios relativos a la actitud mayoritaria de la población hacia los emigrantes y las minorías	AT-Viena	28/05/03	16/04/03	2003/S 75-065543
Control de la estabilidad de determinados materiales de referencia (StabTest - 012) - HAP, PCB, PCDD/Fs, BTX y otros xenobióticos orgánicos. Convocatoria de manifestaciones de interés.	B-Geel		16/04/03	2003/S 75-065544
Contratos de estudio para la elaboración y el desarrollo de modelos nucleares basados en las mediciones de las secciones combinadas parciales y totales inducidas por neutrones por la unidad de física de neutrones del zLRMM-CCI-CE (PECO). Convocatoria de manifestaciones de interés.	B-Geel		16/04/03	2003/S 75-065545
Supervisión de la estabilidad de determinados materiales de referencia (StabTest - 009) - elementos después de la asimilación o con técnicas instrumentales. Convocatoria de manifestaciones de interés	B-Geel		16/04/03	2003/S 75-065546
Control de estabilidad de determinados materiales de referencia (StabTest - 011) - elementos tras la extracción; especificación. Convocatoria de manifestaciones de interés.	B-Geel		16/04/03	2003/S 75-065547
Monitorización de la estabilidad de ciertos materiales de referencia (StabTest - 014) Alimentación y agricultura: parámetros de calidad general, microbiología. Convocatoria de manifestaciones de interés.	B-Geel		16/04/03	2003/S 75-065548
Control de estabilidad de determinados materiales de referencia (StabTest - 010) - Azufre, materiales industriales y aguas. Convocatoria de manifestaciones de interés.	B-Geel		16/04/03	2003/S 75-065549
Phare - Urbanización del tramo Vörös-tó de la gruta Baradla.	HU-Budapest	19/06/03	19/04/03	2003/S 78-068537
Estadísticas del sector turístico	L-Luxemburgo	02/06/03	19/04/03	2003/S 78-068578
Asistencia técnica para la preparación y publicación del Tercer informe de cohesión relativo a la cohesión económica y social	B-Bruselas	20/06/03	19/04/03	2003/S 78-068579
Sapard - Gestión eficaz de residuos para microrregión	CZ-Hlinsko	24/07/03	23/04/03	2003/S 79-069614
Servicios estadísticos	L-Luxemburgo	10/06/03	23/04/03	2003/S 79-069685
Prestación de servicios de vigilancia y guardia de seguridad para los locales de las Representaciones de la Comisión Europea en Italia	I-Roma	03/06/03	23/04/03	2003/S 79-069686
Prestación de servicios de publicaciones "Diarios Oficiales de la Unión Europea"	L-Luxemburgo	03/06/03	23/04/03	2003/S 79-069687
Contrato de servicios para realizar el análisis de coste-beneficio de los temas relacionados con la calidad del aire, en concreto el programa Aire Limpio para Europa (CAFE)	B-Bruselas	02/06/03	23/04/03	2003/S 79-069688
ISPA - Construcción de la red de alcantarillado y de abastecimiento de agua en la ciudad de Suwalki y en el pueblo de Stary Folwark	PL-Varsovia	23/07/03	24/04/03	2003/S 80-070426
Estudio relativo al suministro de información aeronáutica para la región europea de vuelo del espacio aéreo superior (European Upper Flight Information Region, EUIR)	B-Bruselas	04/06/03	24/04/03	2003/S 80-070469
Realización del Boletín Oficial Comunitario de Variedades Vegetales (OCVV)	F-Angers	19/06/03	24/04/03	2003/S 80-070470
Suministros diversos	B-Bruselas	30/06/03	25/04/03	2003/S 81-071385
ALA - Asistencia comercial multilateral - Laos y Camboya	B-Bruselas	13/06/03	25/04/03	2003/S 81-071388
FED - Estudio aéreo magnético y espectrométrico en zona montañosa	PG-Port Moresby	15/06/03	25/04/03	2003/S 81-071389
MEDA - Apoyo a los servicios de inspección alimentaria en Turquía	TR-Ankara	30/06/03	25/04/03	2003/S 81-071391
ALA - Vehículos doble tracción todo terreno	PE-Lima	25/06/03	25/04/03	2003/S 81-071393
Cards - Prestación de servicios sociales por el sector no lucrativo	B-Bruselas	30/05/03	25/04/03	2003/S 81-071396
Phare - Aproximación de la legislación en el ámbito del mercado interior	MK-Skopie	19/06/03	25/04/03	2003/S 81-071396
Trabajos de desarrollo y/o servicios de apoyo	D-Munich	26/06/03	25/04/03	2003/S 81-071464
Prestación de servicios de vigilancia y guardia de seguridad para los locales de la Representación de la Comisión Europea en Alemania	D-Berlín	10/06/03	25/04/03	2003/S 81-071466
Estudio sobre el impacto económico de los vuelos nocturnos en Europa	B-Bruselas	09/06/03	25/04/03	2003/S 81-071468
Análisis del primer informe para el Registro Europeo de las Emisiones Contaminantes (EPER)	B-Bruselas	05/06/03	25/04/03	2003/S 81-071469
Tacis - Asistencia al desarrollo del sector de la tecnología de la información (TI) en Armenia	B-Bruselas	30/05/03	26/04/03	2003/S 82-072432
ISPA - Asistencia técnica para la preparación de los proyectos detallados y de la documentación del concurso relativo a la mejora del tramo ferroviario de la línea Szajol - Mezőtúr	HU-Budapest	30/05/03	26/04/03	2003/S 82-072433
Suministro de toallas desechables y de papel higiénico en rollos	I-Ispra	03/06/03	26/04/03	2003/S 82-072497
Realización de la publicación "Informe general sobre la actividad de la Unión Europea"	L-Luxemburgo	10/06/03	26/04/03	2003/S 82-072498
ISPA - Contrato de servicios de ingeniería para la modernización del sistema de alcantarillado de Gliwice	PL-Varsovia	30/05/03	29/04/03	2003/S 83-073256
Phare - Desarrollo de un sistema de localización de residuos	CZ-Praga	02/06/03	29/04/03	2003/S 83-073258
Tacis - Mejoras en la gestión de fronteras: puesta en marcha de los proyectos de paso fronterizo, Ucrania	B-Bruselas	30/05/03	29/04/03	2003/S 83-073259
Phare - Solución para el cierre de una cámara en el depósito Richard	CZ-Praga	02/06/03	29/04/03	2003/S 83-073263
STREAMLINE - Suministro y puesta en marcha de un paquete de software integrado para la gestión de recursos humanos	L-Luxemburgo	24/06/03	29/04/03	2003/S 83-073319
Contrato para un estudio relativo a la medición y preparación de medidas reductoras de las emisiones de CO ₂ de vehículos NI	B-Bruselas	10/06/03	29/04/03	2003/S 83-073322
Sistemas de información Eurostat: investigación y desarrollo, análisis de datos y métodos	L-Luxemburgo	16/06/03	29/04/03	2003/S 83-073324
Realización de un estudio relativo a la indemnización de los ciudadanos europeos y residentes permanentes, víctimas de crímenes o de terrorismo fuera de la Unión Europea	B-Bruselas	10/06/03	29/04/03	2003/S 83-073326



Reglamento (CE) nº 607/2003 de la Comisión, de 2 de abril de 2003, que modifica el Reglamento (CE) nº 2007/2000 del Consejo y el Reglamento (CE) nº 2497/2001 con objeto de tener en cuenta el Reglamento (CE) nº 1832/2002 por el que se modifica el anexo I del Reglamento (CEE) nº 2658/87 del Consejo, relativo a la nomenclatura arancelaria y estadística y al arancel aduanero común. DOCE nº L 86 de 3/4/2003.

Reglamento (CE) nº 608/2003 de la Comisión, de 2 de abril de 2003, por el que se modifica provisionalmente el Reglamento (CE) nº 2505/96 del Consejo, relativo al volumen contingentario de determinados contingentes arancelarios comunitarios autónomos. DOCE nº L 86 de 3/4/2003.

Reglamento (CE) nº 611/2003 de la Comisión, de 3 de abril de 2003, que modifica el Reglamento (CE) nº 2378/2002 por el que se establecen excepciones a lo dispuesto en el Reglamento (CE) nº 1249/96 por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CEE) nº 1766/92 del Consejo en lo que concierne a los derechos de importación en el sector de los cereales. DOCE nº L 87 de 4/4/2003.

Reglamento (CE) nº 625/2003 de la Comisión, de 2 de abril de 2003, que modifica el Reglamento (CE) nº 1623/2000 por el que se fijan las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 1493/1999 del Consejo por el que se establece la organización común del mercado vitivinícola, en lo que respecta a los mecanismos de mercado. DOCE nº L 90 de 8/4/2003.

Reglamento (CE) nº 626/2003 de la Comisión, de 3 de abril de 2003, por el que se modifica el Reglamento (CE) nº 2377/2002 relativo a la apertura y modo de gestión del contingente arancelario comunitario para la importación de cebada para cerveza procedente de terceros países y por el que se establecen excepciones al Reglamento (CEE) nº 1766/92 del Consejo. DOCE nº L 90 de 8/4/2003.

Reglamento (CE) nº 627/2003 de la Comisión, de 4 de abril de 2003, relativo a la clasificación de ciertas mercancías en la nomenclatura combinada. DOCE nº L 90 de 8/4/2003.

Reglamento (CE) nº 638/2003 de la Comisión, de 9 de abril de 2003, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 2286/2002 del Consejo y de la Decisión 2001/822/CE del Consejo en lo referente al régimen aplicable a las importaciones de arroz originario de los Estados de África, del Caribe y del Pacífico (ACP) y de los países y territorios de Ultramar (PTU). DOCE nº L 93 de 10/4/2003.

Reglamento (CE) nº 639/2003 de la Comisión, de 9 de abril de 2003, por el que se establecen disposiciones específicas de conformidad con el Reglamento (CE) nº 1254/1999 del Consejo por lo que respecta a los requisitos para la concesión de restituciones por exportación en relación con el bienestar de los animales vivos de la especie bovina durante su transporte. DOCE nº L 93 de 10/4/2003.

Reglamento (CE) nº 640/2003 de la Comisión, de 9 de abril de 2003, por el que se fijan las cantidades que pueden transferirse a otro grupo de variedades en el marco del umbral de garantía para la cosecha de 2003 del sector del tabaco crudo. DOCE nº L 93 de 10/4/2003.

Reglamento (CE) nº 641/2003 de la Comisión, de 8 de abril de 2003, por el que se establecen valores unitarios para la determinación del valor en aduana de determinadas mercancías percederas. DOCE nº L 93 de 10/4/2003.

Reglamento (CE) nº 649/2003 de la Comisión, de 10 de abril de 2003, por el que se modifican los Reglamentos (CEE) nº 139/81, (CE) nº 936/97 y (CE) nº 996/97 relativos a la importación de productos del sector de la carne de vacuno. DOCE nº L 95 de 11/4/2003.

Reglamento (CE) nº 650/2003 de la Comisión, de 10 de abril de 2003, por el que se modifica el Reglamento (CE) nº 999/2001 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que se refiere a la importación de animales ovinos y caprinos vivos. DOCE nº L 95 de 11/4/2003.

Reglamento (CE) nº 673/2003 de la Comisión, de 14 de abril de 2003, por el que se modifican los Reglamentos (CE) nº 1143/98, (CE) nº 1279/98, (CE) nº 1128/1999, (CE) nº 1247/1999 y (CE) nº 140/2003 en lo relativo

vo a ciertos contingentes arancelarios de determinados productos en el sector de la carne de vacuno procedentes de Polonia. DOCE nº L 97 de 15/4/2003.

Reglamento (CE) nº 693/2003 del Consejo, de 14 de abril de 2003, por el que se establece un específico documento de tránsito facilitado (FTD), un documento de tránsito ferroviario facilitado (FRTD) y se modifican la Instrucción consular común y el Manual común. DOCE nº L 99 de 17/4/2003.

Reglamento (CE) nº 694/2003 del Consejo, de 14 de abril de 2003, sobre los modelos uniformes de documentos de tránsito facilitado (FTD) y de documentos de tránsito ferroviario facilitado (FRTD) establecidos en el Reglamento (CE) nº 693/2003. DOCE nº L 99 de 17/4/2003.

Reglamento (CE) nº 695/2003 del Consejo, de 14 de abril de 2003, que modifica el Reglamento (CE) nº 393/98 por el que se establece un derecho antidumping definitivo sobre las importaciones de elementos de sujeción de acero inoxidable y sus partes originarias de la República Popular China, India, Malasia, la República de Corea, Taiwán y Tailandia. DOCE nº L 99 de 17/4/2003.

Reglamento (CE) nº 701/2003 de la Comisión, de 16 de abril de 2003, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 2286/2002 del Consejo en lo referente al régimen de importación de determinados productos de los sectores de la carne de aves de corral y de los huevos originarios de los Estados de África, del Caribe y del Pacífico (ACP). DOCE nº L 99 de 17/4/2003.

Reglamento (CE) nº 707/2003 de la Comisión, de 22 de abril de 2003, por el que se establecen valores unitarios para la determinación del valor en aduana de determinadas mercancías percederas. DOCE nº L 102 de 24/4/2003.

Reglamento (CE) nº 708/2003 de la Comisión, de 23 de abril de 2003, por el que se establece un derecho compensatorio provisional sobre las importaciones de ciertos microcircuitos electrónicos conocidos como DRAM (memorias dinámicas de acceso aleatorio) originarias de la República de Corea. DOCE nº L 102 de 24/4/2003.

Reglamento (CE) nº 715/2003 de la Comisión, de 24 de abril de 2003, por el que se modifican los Reglamentos (CE) nº 883/2001 y (CE) nº 2805/95 que establecen, respectivamente, las normas de aplicación del Reglamento (CE) nº 1493/1999 del Consejo en lo que respecta a los intercambios comerciales de productos del sector vitivinícola con terceros países, así como las restituciones por exportación en el sector vitivinícola. DOCE nº L 104 de 25/4/2003.

Reglamento (CE) nº 740/2003 de la Comisión, de 28 de abril de 2003, por el que se modifica el Reglamento (CE) nº 1520/2000 por el que se establecen, para determinados productos agrícolas exportados en forma de mercancías no incluidas en el anexo I del Tratado, las disposiciones comunes de aplicación del régimen de concesión de restituciones a la exportación y los criterios para la fijación de su importe. DOCE nº L 106 de 29/4/2003.

Reglamento (CE) nº 741/2003 de la Comisión, de 28 de abril de 2003, que modifica el Reglamento (CE) nº 1555/96, por lo que respecta a los volúmenes que activan la imposición de derechos adicionales a las cerezas, excepto las guindas. DOCE nº L 106 de 29/4/2003.

Reglamento (CE) nº 743/2003 de la Comisión, de 28 de abril de 2003, por el que se modifica por cuarta vez el Reglamento (CE) nº 310/2002 del Consejo relativo a determinadas medidas restrictivas respecto de Zimbabue. DOCE nº L 106 de 29/4/2003.

Reglamento (CE) nº 744/2003 de la Comisión, de 28 de abril de 2003, por el que se modifica por segunda vez el Reglamento (CE) nº 1081/2000 del Consejo por el que se prohíbe la venta, suministro y exportación a Birmania/Myanmar de equipos que pudieran utilizarse para la represión interior o en acciones de terrorismo, y por el que se congelan los capitales de determinadas personas relacionadas con importantes funciones gubernamentales en dicho país. DOCE nº L 106 de 29/4/2003.

preguntas más frecuentes...

documentos comerciales

¿Qué y cuáles son los documentos comerciales?

Son aquellos que prueban que el exportador ha cumplido, frente al importador, las obligaciones que se derivan del contrato comercial, o el acuerdo de compraventa o de prestación de servicios. Transmiten la propiedad de las mercancías del exportador al importador. Los más usuales son:

Documentos de información

- Factura comercial.
- Factura consular.
- Certificado de origen.
- Lista de contenido.
- Certificado sanitario.
- Certificado de calidad.

Documentos de transporte

- Conocimiento de embarque marítimo (*Bill of Lading*).
- Carta de porte por carretera (*CMR*).
- Carta de porte por ferrocarril (*Railway bill*).
- Carta de porte aéreo (*Airway bill*).

Documentos de seguro

- Póliza de seguro.
- Certificado de seguro.

¿Qué es una factura comercial?

Es un documento administrativo que emite el vendedor al realizar la expedición de la mercancía y tiene una función de carácter contable, tanto para el vendedor como para el comprador. Si se trata de una operación no comunitaria, el comprador necesitará siempre este documento para poder realizar los trámites aduaneros en el país de importación. Su estructura no está sujeta a ningún formato y las condiciones que debe cumplir son básicamente las siguientes:

- Fecha, nombres y razones comerciales de vendedor y comprador.
- Denominación precisa y cantidad de mercancía.
- Precio unitario y total de la mercancía en la divisa pactada.
- Forma y condiciones de pago.
- Términos de entrega de la mercancía (referencia a los términos internacionales de negociación publicados por la Cámara de Comercio Internacional; se aconseja utilizar la versión del año 2000).
- No es necesario que estén firmadas.
- Número de identificación a efectos del IVA del vendedor y del comprador (en operaciones intracomunitarias).
- Referencia al pedido o factura pro forma.
- Origen de la mercancía.
- Medio de transporte.

Si la factura estuviese emitida en una lengua no oficial, la aduana podrá exigir traducción oficial de la factura. Es aconsejable indicar la partida estadística, según su codificación en el Arancel Aduanero Comunitario (TARIC) en las operaciones no comunitarias, siendo necesarias en las operaciones comunitarias.

Una característica importante en las facturas de exportación es que el importe de la venta no está sujeto a IVA, al no considerarse, según la Ley del IVA, hecho imponible las entregas de bienes fuera del territorio fiscal español.

En algunas circunstancias, generalmente impuestas por el comprador (importador), no siempre coinciden los datos consignados en la factura comercial presentadas en la aduana de origen, donde se lleva a cabo el despacho de exportación, con los datos señalados en la factura comercial remitida al comprador (importador). Este hecho es debido a que las mercancías, mayoritariamente, tributan por su valor en aduana, es decir, derechos *ad valorem*. Esta circunstancia conduce a que en países donde la Administración de aduanas es de dudosa reputación, los importadores, con el propósito de ingresar una menor cantidad en concepto de derechos arancelarios, presenten facturas comerciales con un menor importe. Esta práctica, ilegal a todas luces, conlleva sanciones económicas a los importadores que la ejercen, pudiendo peligrar las ventas de la empresa exportadora en aquel país.

¿Qué es una factura pro forma?

La factura pro forma es un documento que utiliza el vendedor para plasmar una oferta detallada de una venta. Al tratarse de una oferta, si es aceptada por el comprador, será el origen de un contrato de compraventa. Por tanto, es necesario que contenga todos los datos necesarios para establecer los términos y condiciones de venta.

El uso de la factura pro forma puede ser debido, en muchos casos, a la necesidad del importador de la obtención de algún requisito administrativo previo al despacho de aduanas de importación, como puede ser una licencia de importación, la autorización para obtener las divisas necesarias para el pago de la compraventa, la apertura de un crédito documentario, etc. En estos casos, la factura pro forma sirve como documento justificativo para la solicitud de algunos de los supuestos comentados anteriormente.

Los datos a consignar en una factura comercial son básicamente los que se especifican en la factura comercial:

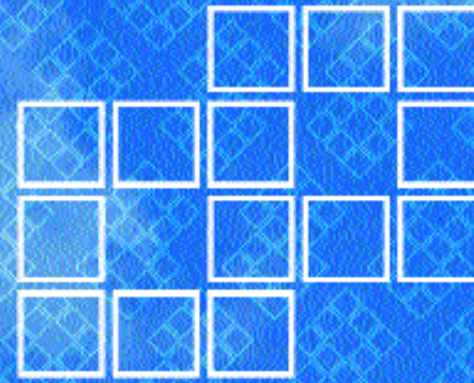
¿Qué es una factura consular?

En las ventas a determinados países, el comprador solicita al vendedor que las facturas comerciales que le libre sean legalizadas por el consulado o embajada en España del país de destino o bien por alguna Cámara de Comercio.

También existen algunos países que exigen al exportador la adquisición de unos documentos denominados facturas consulares, que facilita el propio consulado o embajada. En tales casos el exportador deberá cumplimentar estas facturas y hacerlas visar por el consulado o embajada y remitirlas al comprador.

El coste, tanto de la legalización como de las facturas consulares, varía de un país a otro, siendo aconsejable que el vendedor se informe previamente de los costes con el fin de incluirlo en el precio de venta. En este caso, el vendedor también deberá expedir la factura comercial correspondiente.

Fuente: C@cex (Cámaras Consultas en Comercio Exterior). www.cacex.org.



WTC ALMEDA PARK

105.000 m² de parc empresarial
40.000 m² a l'estiu del 2003



- Arquitectura de màxima eficiència
- Proper a l'aeroport
- En un entorn de serveis:
hotels, fira, El Corte Inglés
- Prop del metro, F.G.C. i autobusos
- Espais des de 50 m² fins a 15.000 m²